

INTRA-ENTREPRISE

Le niveau de la formation est adapté en fonction des connaissances initiales des participants. Les horaires sont définis de manière à s'adapter au fonctionnement de l'entreprise. Toute autre demande de personnalisation est étudiée.

Nos domaines de formation

- Management
- Gestion de projet
- Communication
- Efficacité professionnelle
- IA - Intelligence Artificielle
- Développement personnel
- Relation client - Commercial
- Pédagogie - Formation de formateurs
- Bureautique
- Langues
- Métiers de bouche
- Formations obligatoires

LES POINTS FORTS

Acquérir les compétences fondamentales en techniques de vente pour être capable d'identifier les besoins des clients, de développer une argumentation commerciale efficace, et de conclure des ventes de manière professionnelle et éthique.

PUBLIC

Tout public.

PRÉ-REQUIS

Aucun prérequis nécessaire.

NIVEAU D'EXPERTISE

Fondamentaux.

NOS INTERVENANTS

Experts reconnus dans leur domaine, nos formateurs sont tous des professionnels en activité.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Dispositif de formation structuré
- autour du transfert des compétences.
- Acquisition des compétences
- opérationnelles par la pratique et l'expérimentation.
- Apprentissage collaboratif.

Code
AMA-RC1001

Durée
**1 jour
7 heures**

Tarif
**1 680 €
HT**

*Groupe de 10 participants (en présentiel)

Objectifs pédagogiques

- Maîtriser les concepts de base de la vente et comprendre le processus d'achat du client pour optimiser les interactions commerciales dès les premiers échanges.
- Savoir identifier et attirer de nouveaux clients à travers des techniques de prospection modernes et efficaces, en utilisant tant les canaux traditionnels que numériques.
- Être capable de construire une argumentation commerciale convaincante, personnalisée pour chaque client, et maîtriser les techniques de closing pour concrétiser les ventes.

Programme de la formation

1 : Introduction aux fondamentaux de la vente (2H)

Objectif : Maîtriser les concepts de base de la vente et comprendre le processus d'achat du client pour optimiser les interactions commerciales dès les premiers échanges.

- Les principes de la vente : Exploration des différentes étapes du processus de vente, en mettant l'accent sur l'importance de chaque phase, de la préparation et la recherche, à l'approche du client, jusqu'à la négociation et le suivi après-vente. Discussion sur l'évolution de la vente dans un contexte numérique.
- Comprendre le client : Méthodes pour cerner les besoins explicites et implicites des clients à travers l'écoute active et l'analyse comportementale. Techniques pour établir un rapport de confiance et adapter son discours en fonction du profil du client.
- La communication en vente : Fondamentaux de la communication persuasive, incluant le langage corporel, le ton de la voix, et l'art de poser des questions qui encouragent le client à s'ouvrir et à partager ses besoins. Stratégies pour utiliser le storytelling dans sa démarche commerciale.

2 : Techniques de prospection et d'approche client (2.5H)

Objectif : Savoir identifier et attirer de nouveaux clients à travers des techniques de prospection modernes et efficaces, en utilisant tant les canaux traditionnels que numériques.

- Stratégies de prospection : Comparaison des méthodes traditionnelles et numériques de prospection, incluant le cold-calling, le mailing, les réseaux sociaux, et le content marketing. Analyse des avantages et des inconvénients de chaque méthode.
- L'approche client : Techniques pour créer une première impression positive, établir le contact initial et susciter l'intérêt. Pratiques pour une prise de contact efficace, en évitant les erreurs communes qui peuvent aliéner les prospects.
- Utilisation des réseaux sociaux : Stratégies pour bâtir et entretenir une présence en ligne qui attire et engage les clients potentiels. Utilisation des outils d'analyse pour cibler et atteindre efficacement son audience sur les plateformes clés comme LinkedIn, Facebook, et Instagram.

- Parcours d'apprentissage en plusieurs temps pour permettre engagement, apprentissage et transfert.
- Formation favorisant l'engagement du participant pour un meilleur ancrage des enseignements.

SATISFACTION ET EVALUATION

- Une évaluation de compétences en début de formation qui peut prendre différentes formes selon le contenu de la formation.
- L'évaluation des compétences sera réalisée tout au long de la formation par le formateur selon les modalités de la formation.
- Evaluation de l'action de formation :
A chaud, dès la fin de la formation, pour mesurer votre satisfaction et votre perception de l'évolution de vos compétences par rapport aux objectifs de la formation. Avec votre accord, votre note globale et vos verbatims seront publiés sur notre site au travers d'Avis Vérifiés.
- Suivi des présences et remise d'une attestation individuelle de formation ou d'un certificat de réalisation.

ACCESSIBILITÉ

- Accessibilité : Un entretien préalable sera mis en place pour aménager au mieux la formation avec votre handicap. Nos intervenants savent adapter leurs méthodologies pédagogiques en fonction des différentes situations d'handicap. Contact référent handicap :

Chargé des relations avec les stagiaires :
M. Yassine BOUCHTIA
M. NABIL MAKRELOUFI

direction@amadisformation.fr

3 : Argumentation et conclusion de la vente (2.5H)

Objectif : Être capable de construire une argumentation commerciale convaincante, personnalisée pour chaque client, et maîtriser les techniques de closing pour concrétiser les ventes.

- Techniques d'argumentation : Elaboration de messages clés basés sur les bénéfices produits/services, en se concentrant sur la valeur ajoutée pour le client. Utilisation de techniques de persuasion éthiques pour renforcer l'argumentaire de vente.
- Gérer les objections : Identification des objections les plus courantes et méthodes pour les anticiper et y répondre de manière constructive. Pratiques pour transformer les objections en opportunités de vente.
- La conclusion de la vente : Techniques de closing efficaces, incluant la méthode du "summary close", le "now or never close", et le "value-added close". Stratégies pour reconnaître les signaux d'achat et savoir quand conclure la vente, tout en assurant un suivi de qualité pour fidéliser le client.

Profil animateur

Cette formation Commerciale est animée par un expert spécialisé en Relation client - Commercial.