TECHNIQUES DE VENTE & CLOSING

Durée – 2 jours (14 heures), en 4 demi-journées possibles | **Public –** Personnes en charge du développement commercial ; force de vente directe (BtoB).

Prérequis – Aucun. Être impliqué et motivé par les enjeux de développement est un plus.

Intervenant – Formateur expert du terrain commercial.

Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ✓ Structurer un entretien de vente
- ✓ Identifier son profil de communication
- ✓ Construire une argumentation commerciale convaincante
- ✓ Traiter efficacement les objections du client
- ✓ Conclure la vente et sécuriser l'engagement du client

Contenu pédagogique

✓ **Comprendre le comportement d'achat et son profil (Préparer)**
- Mesurer le poids des facteurs explicatifs de l'achat
- Besoins et motivations : apprendre à les repérer
- L'image de l'entreprise, celle du vendeur et la perception du client
- Identifier son profil de communication ; positionnement et posture commerciale

✓ **Se préparer : l'avant-vente et la prospection (Préparer)**
- La préparation, une nécessité : 5 principes pour bien préparer sa négociation
- Les outils d'aide à la vente ; construire un argumentaire
- Organiser sa prospection : plan d'action, processus, outils et indicateurs
- Prise de rendez-vous : techniques d'accroche et de relance du prospect

✓ **Réussir le contact et la découverte (Convaincre)**
- Réussir dès le premier contact avec le client
- Découvrir les besoins par des techniques de questionnement
- Construire un plan de découverte ; synthétiser et avancer vers la solution

✓ **Convaincre : argumenter et traiter les objections (Convaincre)**
- Utiliser l'argumentaire et le vocabulaire adaptés à son client
- Contrôler l'impact de ses arguments
- Identifier les types d'objections
- Valoriser, questionner, traiter et confirmer

✓ **Conclure : le closing (Conclure)**
- À quel moment conclure ? Repérer les signaux d'achat
- Techniques et astuces de closing à connaître
- Obtenir un engagement et sécuriser la vente

- Prendre congé et anticiper la suite de la relation client

✓ **Fidéliser, piloter et suivre (Conclure)**
- Analyser et gérer efficacement son portefeuille client
- Définir et mettre en œuvre des actions de fidélisation
- Piloter son action commerciale : points forts, axes d'amélioration et suivi

Démarche et méthodes pédagogiques

Démarche active, centrée sur l'apprenant qui « agit ». La vente s'apprend en la pratiquant : chaque technique est éprouvée dans des situations réalistes, au plus près de votre terrain. Méthodes :

✓ Participative : basée sur le questionnement des participants.
✓ Active : fait appel à l'expérience, à la réflexion, à l'initiative et à la motivation des apprenants.
✓ Des travaux pratiques à chaque étape du cycle de vente.

Moyens pédagogiques

Brefs exposés, apports théoriques et conceptuels ; Simulations et situations professionnelles reconstituées ; Mini-sketches, exercices collectifs et cas pratiques ; Remise d'un support pédagogique.

Modalités d'évaluation

✓ Évaluation formative en cours de module
✓ Évaluation des acquis réalisée avec un QCM
✓ Satisfaction à chaud et à froid (sous 4 mois)

Sanction de la formation – Certificat de réalisation