



Préparer, synchroniser
et conduire ses entretiens de vente



02.46.56.60.90



formation@pharmelis.com

Objectifs pédagogiques

- Préparer, prendre contact et découvrir le style du votre client
- Découvrir les besoins et les motivations du client
- Argumenter ses produits / ses services
- Anticiper et positiver les objections
- Conclure la vente et prévoir un objectif C-SMART

Public concerné

Tous commerciaux, et particulièrement ceux en quête de nouvelles techniques.

Bénéfices

Session basée sur les profils individuels du style de vente. Entraînement personnalisé pour acquérir les bons réflexes : jeux de rôles, micro-situations, exercices filmés.

Les nombreux outils pratiques – diagnostic croisé, check-lists, pocket-card – facilitent et accélèrent la mise en œuvre sur le terrain.

L'expertise des consultants permet d'approfondir les techniques de synchronisation.

Fiche Pratique



Durée

2 jours



Lieux

Paris – Boulogne
Chartres

Autres lieux sur demande



Effectif

3 à 8 participants

Formations de groupe en intra sur demande



Coût

1200 € H.T. par participant

Devis sur demande pour toute formation sur mesure

Découvrez nos autres formations dans la rubrique
« Management » sur www.pharmelis.com

Programme

Préalable :

Test commercial : connaître ses points forts et ses points d'amélioration, déterminer son style de vente

Jour 1 :

Penser communication en termes « Client »

- Susciter l'intérêt : se mettre dans les yeux du client
- Préparation des différents scénarios d'approches clients
- Identifier les différents canaux de communication
- Savoir communiquer sur-mesure avec son client
- Créer un climat favorable
- Adopter les bonnes attitudes et la bonne posture
- Reconnaître rapidement le style du client
- Faire preuve de professionnalisme

Comprendre le fonctionnement des nouveaux clients

- Questionner efficacement
- Générer la confiance pour gagner en influence
- Développer l'écoute active
- Transformer les besoins implicites en explicites
- Identifier les leviers et les freins des motivations
- La méthode SONCAS
- Les questions
- Diriger l'entretien de découverte
- Les besoins/attentes/motivations (B.A.M) du client
- Les déclencheurs
- L'écoute et la reformulation

Jour 2 :

Etre le plus transparent possible : les nouvelles lois d'approche client

- Faire la différence
- Une méthode redoutable de succès : le S.W.O.T
- Structure d'un argument solide : le marketing 2.0
- Forme d'un argument percutant

Savoir anticiper et positiver les objections des clients

- Comprendre la signification des objections
- Identifier la nature des objections
- Les bons réflexes à adopter
- Méthodologie de traitement des objections
- Conclure : l'accusé de réception

Dépasser les attentes de vos clients

- Prendre l'avantage dans la relation
- Penser avant le client
- Se démarquer