

## LES ETAPES DE LA VENTE

PUBLIC	PRE-REQUIS
Commerciaux, vendeurs, commerçants.	Aucun.

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

### *Jeux de rôles*

*Evaluation de positionnement au début de la formation Evaluation continue (exercices applicatifs, ateliers pratiques) Evaluation des acquis à la fin de la formation par le formateur ; Évaluation de la qualité de la formation par le stagiaire*

### OBJECTIF

*Au terme de ce stage vous aurez acquis une méthode de vente et des outils d'aide à la vente efficace. Ce stage vous permettra également de mieux cibler vos rendez-vous et de conclure plus de ventes.*

### DUREE

30 heures, 4 jours

### LIEU DE FORMATION

Voir convention.

### DATE

Voir convention.

### NOMBRE MINIMUM ET MAXIMUM DE STAGAIRES PAR SESSION

Minimum : 1 - Maximum : 12

### FORMALISATION A L'ISSUE DE LA FORMATION

Remise d'une attestation de formation.

### SUIVI DE LA FORMATION

Feuille de présence.

### METHODES ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Formation dispensée par un formateur professionnel spécialisé dans la technique de vente (ancien responsable des ventes) et plusieurs années d'expérience dans la formation.

Supports et Méthodes pédagogiques : tableau mural et divers supports de cours et papier. Formation théorique et pratique.

## **DESCRIPTION**

### **1<sup>er</sup> JOUR**

#### **Notions générales autour de la vente :**

- Les déclencheurs de l'achat (besoin, remplacement, orgueil.....)
- Motivation et freins d'achat
- Les techniques d'expression orale
- Utiliser le bon vocabulaire
- Savoir écouter son interlocuteur (écoute active)
- Savoir questionner son interlocuteur
- Obtenir les bonnes informations
- Utiliser le silence
- Le rôle du vendeur
- Les différentes phases de la vente

#### **Premier contact téléphonique :**

- Passer les différents barrages (accueil, assistante, secrétaire....)
- Obtenir le bon interlocuteur
- Notions de produit et de prix
- Garder l'initiative du contact et de la relance

### **2<sup>E</sup> JOUR**

#### **Préparer un rendez-vous :**

- Collecter les coordonnées et informations nécessaire
- Les outils à prévoir

#### **Le contact client :**

- La règle des 4 x 20
- Se présenter
- Techniques de conduite d'entretien

### **3<sup>E</sup> JOUR**

#### **L'argumentaire :**

- Qu'est-ce qu'un argument de vente
- Comment construire et choisir un argument

#### **Le prix :**

- Comment et quand parler du prix

### **4<sup>E</sup> JOUR**

#### **Traitement des objections :**

- Techniques de traitement d'objection
- Traiter les objections les plus courantes

#### **Conclure une vente :**

- Les signes de la conclusion
- Techniques de conclusion de vente
- Terminer un entretien