



## B2B - ACTE 1

Formation animée par un consultant et formateur senior spécialisé en vente et marketing

### PRÉREQUIS

- Visionner les films "Vendre et fidéliser" et répondre aux questions
- Attentes et fiche préparatoire

### OBJECTIFS

- Générer de nouveaux contacts, qualifier et augmenter la base de prospection
- Transformer les nouveaux contacts en clients
- Diriger la relation client et la piloter en fonction de ses objectifs commerciaux
- Consolider sa pratique de la vente & développer le chiffre d'affaires et la marge

### À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Toute personne souhaitant s'orienter vers une fonction commerciale, jeunes commerciaux ou commerciaux seniors n'ayant pas eu de formation depuis plus de 5 ans
- Commerciaux confirmés qui souhaitent revisiter les techniques de vente pour redynamiser leur action commerciale

# VENDRE & FIDÉLISER - PROFESSIONNELS

TROUVER DE NOUVEAUX CLIENTS ET DÉVELOPPER LE C.A. DES CLIENTS RÉGULIERS



2 jours (14 heures)

## PROGRAMME

### LA DIMENSION DU POSTE COMMERCIAL

- Les devoirs du vendeur et sa position dans l'entreprise

### CIBLER : PROSPECTER AU TÉLÉPHONE ET PAR ÉCRIT

- La matrice ABC croisée : cibler les clients rentables
- Qualifier les prospects et obtenir des rdv ciblés
- Le barrage de la secrétaire et les phrases d'accroche

### CONTACT

- Réussir la première impression : technique des 3x20
- Recueillir de l'information dès les premiers instants

### CONNAÎTRE

- Identifier les freins et les besoins: le SONCAS
- Pratiquer l'écoute active et la reformulation
- Besoins apparents et besoins réels : questions ouvertes, factuelles, orientées et fermées
- Sélectionner son argumentaire selon les attentes client

### CONSEILLER

- Présenter l'offre et le prix, et valoriser les bénéfices clients
- Concilier l'intérêt du client et du vendeur

### CONVAINCRE

- Assertivité & analyse transactionnelle : Faits & Opinions
- Argumenter et traiter les objections: technique APB, reformulation, décalage, etc.
- Maîtriser les 10 effets persuasifs
- Répondre aux objections difficiles : le prix, la concurrence et les services (prestations immatérielles)
- Identifier et déjouer les pièges de l'acheteur : la déstabilisation, les fausses objections

### CONCLURE

- Questions d'engagement et présentation du prix
- Les signes de la conclusion et techniques pour conclure

### CONSOLIDER

- Susciter des ventes complémentaires immédiates
- 15 techniques pour fidéliser
- Les tableaux de bord d'activité et les outils de relance