

VENDRE & FIDÉLISER EN B2B - PROFESSIONNELS

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

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

PUBLIC VISÉ

- 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

PRÉREQUIS

- Aucun

MÉTHODES MOBILISÉES

- Une animation interactive et pratique
- Des vidéos pour réfléchir et prendre du recul
- Des mises en situation pour expérimenter de nouvelles postures
- Des activités digitales via l'outil ludique Klaxoon
- Des exercices en sous-groupes pour la mise en pratique
- Vidéo projection

ÉVALUATION

Des acquis :

- Évaluation des acquis en fin de formation.
- Attestation de fin de formation mentionnant l'atteinte des objectifs de la formation
- Mises en situation

Mesure de satisfaction des stagiaires

INTERVENANT

- Formation animée par un(e) formateur(trice) spécialisé(e) en vente et marketing.

MODALITÉS D'ACCÈS

- Présentiel : locaux HSF équipés à disposition
- Nous consulter pour toute question relative à l'accessibilité aux personnes en situation de handicap

FORMAT INTRA – Nous contacter

PROGRAMME

14h

LA DIMENSION DU POSTE COMMERCIAL

- Les devoirs du commercial 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