

OBJECTIFS DE CETTE FORMATION : Préparer un argumentaire efficace et définir sa posture commerciale avant les visites.

PARTICIPANT : Commerciaux et Responsables Commerciaux, Négociateurs

PRE-REQUIS : Aucun.

MODALITES ET PEDAGOGIE :

- Autodiagnostic
- Apports formateur et exposés
- Méthode interactive
- Ateliers et mise en situation : Etudes de cas ((mise en œuvre de la méthodologie), des cas pratiques personnalisés peuvent être abordés.
- Quiz
- Jeux de simulation et jeux de rôles filmés
- Débriefing et commentaires points forts/pistes d'amélioration
- Questionnaire d'évaluation en fin de formation
- 2 à 6 participants maximum

PROGRAMME

S'INFORMER SUR LA STRATEGIE COMMERCIALE DEFINIE

Qu'est-ce que le P.A.C. ?
Les objectifs.
Les moyens d'actions.
Le cœur de cible.
La durée définie.

ETABLIR UN PLAN DE PROSPECTION

Collecter les informations sur un prospect : chiffre d'affaires, évolutions, affaires en cours, litiges, l'historique relationnel.
La concurrence.
Ateliers

PREPARER SON ARGUMENTAIRE

Déterminer les différentes caractéristiques du produit ou service.
Identifier les avantages et les bénéfices.
Connaître le positionnement du produit ou service sur le marché.
Définir une proposition de vente attractive.
La méthode C.A.P.
Le SONCAS
Ateliers

PREVOIR LES OBJECTIONS DU CLIENT

Les différents types d'objections.
Rebondir en cascade en développant son argumentaire.
La qualité du questionnement et la réponse spécifique.
Préparer efficacement la négociation tarifaire (remises, rabais, politique de fidélisation, cadeaux produits ou services...).

Ateliers

PLANIFIER SES DEPLACEMENT

Les différentes tournées commerciales
Les outils de gestion des tournées de commerciales
Les bénéfices d'une tournée commerciale bien préparée
Ateliers

PREPARER SA VISITE

Se préparer psychologiquement.
Se préparer matériellement
Ateliers