

# TECHNIQUES DE VENTE - Initiation

## Durée :

2 jours / 14h

## Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, les stagiaires seront capables de :

- **Intégrer la prospection et la fidélisation comme des fonctions principales**
- **Maîtriser son offre de service et élaborer le CAP de son argumentaire**
- **Maîtriser les étapes clés de la vente pour développer sa force de proposition**

## Public :

Toutes personnes en charge du développement commercial

## Contenu pédagogique :

### Pré-requis :

Aucun

### Représentation de la vente

De la notion de vente « forcée » à celle de conseil professionnel  
Et vous, où en êtes-vous ?

### Le CAP de son offre de service

Caractéristique de son offre : définition, intérêt, spécificité

Arguments : les 7 bonnes raisons

Preuves : bénéfices client

### Préparation des RDV

Établir le diagnostic de ses acheteurs (achats, besoins, opportunités)

Déterminer les objectifs en fonction du contexte et des enjeux

Maîtriser son temps (organisation de sa tournée, de ses visites)

### Les outils de prospection et de suivi

Identifier ses suspects/prospects/clients

Formaliser son scénario téléphonique/face à face

Qualifier ses fichiers

Tester, évaluer et ajuster

### La méthode des 4 C

Contact

Connaitre - comprendre

Convaincre

Conclure

### Le traitement des objections avec ACNA

Accepter – Creuser – Neutraliser – Argumenter

## Démarche et méthodes pédagogiques :

- Démarche **active, centrée sur l'apprenant qui « agit »**.
- Méthodes :
  - **Participative**, basée sur le questionnement des participants
  - **Active**, fait appel à l'expérience, à la réflexion, à l'initiative et à la motivation des apprenants.

## Techniques et outils :

Alternance des techniques suivantes :

**Brefs exposé, démonstration, simulation, résolution de problèmes, brainstorming...**

## Modalités d'évaluation :

- Evaluation formative en cours de module
- Evaluation des acquis
- Evaluation de la satisfaction, à chaud
- Evaluation à froid sous 4 mois

