



## Techniques de ventes

Durée 3 jours pour chaque module

### DESCRIPTION DU PROGRAMME DE FORMATION

---

#### *Programmes de formations*

#### **1) TECHNIQUES PROFESSIONNELLES DE COMMUNICATION VENTE**

*(Prototype à adapter et à modifier après AUDIT)*

*Durée 3 jours*

#### **2) TECHNIQUES PROFESSIONNELLES DE COMMUNICATION VENTE**

*DEUXIÈME PARTIE ARGUMENTAIRE*

*Durée 3 jours*

#### **3) LA MAITRISE DE L'ENTRETIEN DE VENTE**

*Durée 3 jours*

#### **4) PERFECTIONNEMENT A LA NEGOCIATION COMMERCIALE**

*Durée 3 jours*

---

● **TECHNIQUES PROFESSIONNELLES DE COMMUNICATION VENTE**

*(Prototype à adapter et à modifier après AUDIT)*

● **DURÉE** : 3 jours

● **OBJECTIF**

Permettre aux commerciaux de structurer et maîtriser l'entretien de vente en face à face avec le client ou prospect

● **PERSONNE CONCERNÉE**

L'équipe de vente de la société

● **CONTENU DU PROGRAMME**

Comment préparer sa visite

Comment donner un cadre à l'entretien de vente

Comment questionner le client pour obtenir les informations utiles à la vente

Comment argumenter en réponse aux besoins du client

Comment faire face à la concurrence

Comment vendre ses inconvénients perçus par le client (le prix, les délais, le paiement...)

Comment vendre ses différences

Comment conclure et consolider son objectif d'entretien de vente

Comment développer une stratégie de négociation par sous objectif

Comment assurer le suivi de visite

● **METHODE PEDAGOGIE**

Présentation technique par technique

Exercices écrits permettant à chaque stagiaire de mettre en pratique la technique centrée sur des exemples concrets et vécus

Application orale en face à face de chaque exemple (mini jeux de rôle client-vendeur)

Mise en application finale de l'ensemble des techniques par des jeux

de rôles en face à face  
client-vendeur sur cas concrets

---

## ***TECHNIQUES PROFESSIONNELLES DE COMMUNICATION VENTE***

### ***DEUXIÈME PARTIE ARGUMENTAIRE***

---

#### **● OBJECTIF**

Techniques pour élaborer, appliquer et reproduire la construction d'un argumentaire produit et/ou services.

#### **● DURÉE**

3 jours.

#### **● PERSONNES CONCERNÉES**

Tous les commerciaux internes ou externes.

Tous les chefs produits ayant un contact clientèle.

#### **● CONTENU DU PROGRAMME**

Construction d'argumentaire.

Les caractéristiques et avantages des produits et/ou des services.

Le marché des produits et/ou des services.

Analyse de la concurrence.

Les objections et la stratégie de réponse.

Organisation, gestion du temps des commerciaux, préparation et suivi des visites clients.

Comment reproduire et animer la construction d'autres argumentaires.

---

## ● **LA MAÎTRISE DE L'ENTRETIEN DE VENTE**

---

● **PUBLIC** : commerciaux, vendeurs

● **OBJECTIFS :**

Permettre aux participants d'accroître leur efficacité commerciale en leur donnant les moyens nécessaires à une meilleure négociation et à un meilleur suivi des affaires.

● **DURÉE**

3 jours.

● **MÉTHODES**

Basées essentiellement sur des études de cas « terrain » et le vécu

● **PÉDAGOGIQUES :**

Étudie et analyse des comportements et attitudes de chacun avec conseils de l'animateur.

● **A LA FIN DU STAGE:**

À l'issue de ce module, le participant doit être capable d'utiliser quelques techniques simples qui lui permettront de mener l'entretien de vente.

Définition de la vente

L'acheteur : ses mobiles, besoins et réflexes

### ● **La communication verbale :**

Discerner les faits, opinions et sentiments  
Savoir écouter  
Savoir reformuler  
Savoir questionner

### ● **L'entretien de vente**

L'accueil et l'ouverture de l'entretien  
Les questions et sondages  
La reconnaissance des besoins  
L'argumentation  
La réponse aux objections  
La conclusion

La fidélisation de la clientèle

### ● **Méthodes pédagogiques**

Exposés, débats, études de cas, exercices d'auto-analyse

---

## ● **PERFECTIONNEMENT A LA NÉGOCIATION COMMERCIALE**

---

### **DURÉE**

3 jours.

### ● **PRINCIPES FONDAMENTAUX DU PLAN DE VENTE**

Connaissance de son style et progression dans ses relations avec les clients.  
Utilisation des techniques de l'analyse transactionnelle pour découvrir son style de vente et le développer en l'organisant..  
Attitudes et comportement du bon négociateur par l'ouverture ou dialogue.

## ● **ÉCOUTE ET COMMUNICATION EFFICACE**

Synchronisation non verbale.  
Techniques de l'écoute active.  
Outils de la P.N.L.

## ● **STRATÉGIE COMMERCIALE**

Développement d'un argumentaire ? ; structuré et différencié individualisé et orienté  
Synchronisation verbale par l'expression et le discours.  
Traitement des objections et opportunités de vente.  
Différents types de conclusions.

## ● **NÉGATION ET PRESCRIPTION**

Stratégie et organisation

Sélection du potentiel - prescripteurs.  
Le contrat triangulaire = Négociateurs - Client - Prescripteur.  
Moyens pour mettre en place une prescription efficace.  
Investissements temps, argent et rentabilité du prescripteur.

## ● **Méthodologie**

Implication du prescripteur.  
Fréquences des visites, investissement, rentabilité.  
Préparation du terrain.  
Renforcer l'impact des relations.  
Méthodologie des entretiens.  
Guide de préparation pour entretiens difficiles.  
Techniques d'entretien.  
Techniques de vente.  
Référencement.

## ● **Suivi**

Développement du fichier.  
Outils de suivi.  
Fréquences.  
Plan de développement personnel.

## ● **MOYENS UTILISES**

Jeux de rôles.

Simulation d'entretiens et d'expression orale.

Exercices de diction et de gestologie.

Sociogrammes.