

PROGRAMME DE FORMATION

Techniques de vente en B to B

Durée de la formation :

14 heures

Modalités et délai d'accès à la formation :

Admission après entretien,
Délai d'accès : environ 15 jours à réception des documents contractuels signés

Rythme :

Sur mesure

Format :

À distance ou en présentiel.

Spécialité de formation :

Code 312 - Commerce / vente

Lieu de formation :

ISEAH FC
Metz 20 rue Joséphine Caye
57070 METZ ou dans vos locaux

Nombre de Participants :

De 1 à 10 participants

Pré-requis :

Si formation à distance, avoir un ordinateur fonctionnel muni d'un micro, d'une webcam et d'une connexion internet. Savoir lire et écrire le français.

Public visé :

Tout public

Profil de l'intervenant :

Formateur(trice) audité(e) par nos soins afin d'évaluer ses compétences

Accessibilité aux personnes handicapées :

ISEAH FC s'engage à étudier toutes les adaptations nécessaires aux besoins des personnes en situation de handicap, qu'ils soient pédagogiques, matériels ou organisationnels (sur demande par mail à l'adresse iseahfc@gmail.com ou au 06.88.79.31.16).

Objectifs de la formation et compétences visées :

- Adopter les 5 réflexes comportementaux de la vente
- Conduire l'entretien de découverte
- Pratiquer le closing en 3 temps pour verrouiller le client
- Vendre et défendre son prix
- Renforcer l'impact de son argumentation
- Inciter le client à passer à l'action

Modalités d'évaluation :

- Les acquis théoriques et pratiques sont évalués tout au long du parcours de formation,
- Attestation de formation délivrée en fin de parcours,
- Test des prérequis et des acquis

Modalités de suivi et d'exécution de la formation :

- Convocation envoyée en amont de la formation précisant les modalités de déroulement et de suivi de la formation ;
- Contrôle de la présence en formation via émargement ;
- Questionnaire de satisfaction ;
- Test des prérequis et des acquis ;
- Certificat de réalisation et/ou attestation de formation mentionnant les objectifs, la nature et la durée de l'action et les résultats de l'évaluation des acquis de la formation, remise au stagiaire à l'issue de la formation
- Enquête de satisfaction globale et d'évaluation de la formation à renseigner à l'issue de la formation.
- Livrable distribué en fin de formation à chaque participant.

Méthodes pédagogiques / techniques / d'encadrement mobilisées et informations complémentaires :**Moyens techniques et pédagogiques :**

- Alternance de méthodes démonstratives et actives. Travaux pratiques accompagnés.
- Salles de cours, matériel vidéo et micro-informatique, Internet, supports de cours adaptés, activités médiatisées en ligne, documents numériques.
- Assistance technique et pédagogique à distance au 07.88.79.31.16.

PROGRAMME DE FORMATION

TECHNIQUES DE VENTE EN B TO B	Acquisition des 5 réflexes comportementaux de la vente • Le questionnement et l'écoute • La focalisation sur le positif • L'anticipation des points négatifs de notre offre • L'intérêt pour le client, le client, le client • L'importance du silence Conduite de l'entretien de découverte • Identification des informations-clés nécessaires pour faciliter la vente de son produit/service • Application de la maïeutique de Socrate pour guider le client à s'exprimer • Enchaînement des questions stratégiques pour obtenir les réponses souhaitées Pratique du closing en 3 étapes pour assurer la vente • Hiérarchisation des besoins du client • Transformation des situations du client en opportunités de vente • Préparation de l'argumentation avant la vente Vente et défense du prix • Utilisation de 10 techniques pour présenter le prix de manière avantageuse et minimiser les objections • Fil rouge en 5 étapes pour traiter les objections sur le prix • Traitement des différents cas : jeu concurrentiel, budget du client, etc. Renforcement de l'impact de l'argumentation • Application du modèle CAP : Caractéristique-Avantage-Preuve • Adaptation de l'argumentation en fonction de la motivation du client • Différenciation par la mise en avant des "AS" : Arguments Spécifiques • Techniques pour accroître l'impact des arguments Incitation du client à l'action • Repérage des signaux d'achat : projection, satisfaction, discussions sur le prix • Gestion des différentes situations de conclusion : accord du client, report de décision, doute, hésitation persistante	14h00
---	---	---------------------