

## CIBLES



Toute personne ayant un rôle commercial actif qui souhaite améliorer ses attitudes de vente, sa capacité à comprendre le client et à le convaincre.

## ENJEU

Construire des relations de qualité, distinguer les besoins d'un client, lui apporter une réponse adaptée pour obtenir des accords solides, voilà des compétences commerciales essentielles dans un environnement global et hautement concurrentiel.

En partenaire idéal, vous pouvez transformer vos prospects en clients satisfaits, qui vous recommanderont pour longtemps.

## BÉNÉFICES

- Apporter de la valeur au client, à chaque étape de la vente
- Optimiser les chances de réussite
- Savoir défendre sa marge et conclure
- Construire un réseau de relations durables
- Transformer chaque contact commercial en source de recommandation

## PRÉREQUIS

Aucun prérequis ni préalable n'est nécessaire pour s'inscrire à nos formations.

## PÉDAGOGIE

Nos formations interentreprises prévoient 5 journées (35 heures) de coaching collectif à raison d'une journée par mois.

Afin de nous entraîner aux interactions en face à face autant qu'à distance, *la 3<sup>ème</sup> journée se déroule en mode distanciel*, via le logiciel Teams. Nous nous réunissons dans un même lieu physique pour les 4 autres sessions.



Cet accompagnement se déroule sur 4 mois, avec pour but de déclencher des prises de conscience, des décisions et des actions pour un développement des comportements dans la durée.

## ACCESSIBILITÉ DES FORMATIONS

Toutes nos formations interentreprises se déroulent dans des lieux adaptés à l'accueil de personnes en situation de handicap. De manière générale, si parmi les participants se trouvent des personnes en situation de handicap, merci de nous le signaler ainsi que de nous indiquer ce que vous souhaitez mettre en place pour leur permettre de participer pleinement à la formation.

## CONDITIONS GÉNÉRALES DE PRESTATION

<http://www.amenity.fr/conditions-generales>

## CONTACT

[training@amenity.fr](mailto:training@amenity.fr)  
[www.amenity.fr](http://www.amenity.fr)



## PARCOURS ET PROGRAMME DÉTAILLÉ

### Jour 1 faciliter l'acte d'achat

Le rôle d'un vendeur est d'aider, par un acte conscient, le client à acheter. Apprendre à communiquer, pour convaincre et créer un tel niveau de satisfaction du client qu'il en devienne notre meilleur ambassadeur.

- Les clés de l'achat client : savoir influencer consciemment
- La recommandation active : faire de chaque contact un ambassadeur
- Attitudes-clés pour convaincre
- La communication interpersonnelle appliquée à la vente

### Jour 2 saisir les opportunités

La vente est une succession d'étapes réussies et réalisées dans le bon ordre. D'abord prendre contact, créer la confiance et donner envie au prospect d'avancer. Ensuite comprendre pleinement son langage, son besoin et les bénéfices qu'il recherche.

- La prospection téléphonique : prendre contact de manière positive
- Le premier contact : savoir se présenter et donner une image positive indélébile
- Le cadrage d'un besoin ou comment comprendre le client
- Traduire les avantages de notre solution en bénéfices client

### Jour 3 (à distance) gérer les objections

Dans sa quête du partenaire commercial idéal, le client peut avoir des questions, il peut émettre des doutes, ou encore faire des demandes exigeantes. Elles seront parfois réalistes, parfois non. Le vendeur, fort de son attitude positive, doit s'équiper de tous les outils permettant de traiter les objections et de faire émerger les bonnes décisions.

- Traitement des objections : saisir chaque opportunité de progrès
- Susciter la confiance pour pouvoir prescrire et conseiller
- Dire Non avec efficacité
- Défendre son prix

### Jour 4 piloter vers la conclusion

La vente est une succession d'étapes réussies et réalisées dans le bon ordre. Après avoir parfaitement formulé le besoin du client, il faut construire une offre y répondant, savoir la défendre et aider le client à prendre la bonne décision.

- Structurer une proposition de valeur pour la rendre engageante
- Convaincre lors de la présentation de son offre
- Soutenir son offre face à un collectif
- Conclure une vente : aider le client à prendre une bonne décision

### Jour 5 valoriser les partenariats

La vente est une succession d'étapes réussies et réalisées dans le bon ordre. Une fois la signature obtenue, les étapes de construction de la relation démarrent. Savoir ancrer, développer et pérenniser cette relation, avec nos interlocuteurs actifs et au-delà.

- Le suivi de la relation client : s'assurer d'une satisfaction pérenne
- La gestion des réclamations : recréer une satisfaction mise à mal
- Animer un réseau commercial auto-prescripteur
- Piloter un réseau d'acteurs au service de nos clients

Programme réalisé  
en collaboration  
avec Carl Jacobs de

**BOOST**  
PEOPLE & PERFORMANCE