

OBJECTIF(S)

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- **Maîtriser les différentes étapes de la vente**
- **Reconnaître les différents types de clients**
- **Préparer et conduire des entretiens de vente structurés**

DUREE

2 jour(s) – 14 heures
09h00 – 12h30/13h30-17h00

TARIF NET DE TVA

Tarif TNS
Nous consulter

Tarif autre public
490 euros

EFFECTIF

Présentiel :
Min 5 – Max 12 personnes

LIEU(X) DE FORMATION

CMA PARIS
72 rue de Reuilly
75012 PARIS
www.cma-paris.fr

CONTACT

Samia TOUNSI
01 53 33 53 09
Formation.75@cma-idf.fr

PROGRAMME

La démarche commerciale

- Les étapes et les techniques clés de la vente
- Comprendre les enjeux de la relation et décrypter les comportements efficaces/refuges

Les techniques de questionnement pour comprendre les besoins et connaître les motivations du client (technique de l'entonnoir)

Argumenter et convaincre

- Traduire un avantage en bénéfice pour le client
- Conseils pour une argumentation percutante

Faire face aux objections (outil CAB)

- Éviter les situations de blocage grâce à l'empathie

Conclure la vente

- Répondre aux exigences du client
- Les concessions et contreparties possibles

Les spécificités de la vente par téléphone

- Les règles d'or de la communication par téléphone.
- Trucs et astuces pour conclure l'entretien.

Rédiger et suivre une offre/une proposition

- Conseils pour être attractif et valoriser le client.
- Les clés pour susciter l'intérêt et favoriser la lecture.

La relance client : le bon moment, le choix des mots

PUBLIC

Tout public et particulièrement les salariés et dirigeants des TPE-PME, et demandeurs d'emploi.

PRE-REQUIS

Aucun

METHODES ET MOYENS PEDAGOGIQUES

Apports théoriques illustrés de cas pratiques

ÉVALUATION

Évaluation des acquis à l'entrée et à la sortie de la formation

PROFIL FORMATEUR

Formateurs qualifiés et expérimentés dans le domaine

SUIVI ET VALIDATION

Délivrance d'une attestation de fin de formation
Questionnaires de satisfaction