

13 - 20

MENER UN ENTRETIEN DE VENTE EN VISITE CLIENT

PUBLIC	PRÉREQUIS	DURÉE	NIVEAU spécialisation I
Commercial externe / A.T.C	Aucun	2 jours / 14 heures	Acquisition / Consolidation des fondamentaux

OBJECTIFS

SAVOIR-FAIRE commercial

- » Établir un climat de confiance avec un client ou un prospect et découvrir et analyser son activité, son organisation, ses pratiques et comportements d'achat, et ses projets en vue d'en identifier ses besoins
- Concevoir et présenter une offre « produits et services » adaptée aux besoins du client
- Argumenter et négocier l'ensemble des composantes de l'offre commerciale et les conditions de vente

SAVOIR commercial

- Connaître les principales étapes de la conduite d'un entretien de vente en visite client
- Identifier les techniques et postures associées aux différentes phases de la démarche : prise de contact, découverte des besoins, proposition et argumentation d'une offre ciblée, négociation commerciale, conclusion et suivi de l'entretien
- Repérer les outils en vigueur dans l'entreprise

PROGRAMME

Donne les essentiels de la conduite d'un entretien de vente en visite client

LA PRISE DE CONTACT

L'impact de la prise de contact :
 Les règles à respecter :
 Les attitudes appropriées :
 Les bonnes formulations :

l'importance de la 1ère impression : *tenu, présentation commerciale*
 la personnalisation de la relation et l'instauration du climat de confiance
 la voix, le sourire, le dynamisme, l'écoute, l'assurance en soi, la directivité
 le langage positif, le bon vocabulaire, le choix des formules et des mots



LA DÉCOUVERTE DES BESOINS

L'intérêt de la préparation :

les informations clés à disposer et à analyser avant la visite
 pour préciser les besoins du client et réussir sa visite

Les techniques de découverte :

la découverte des attentes, projets, contraintes et motivations du client
 par le questionnement, l'écoute, la reformulation et la validation
 les questions sur le fond et la forme (ouvertes, fermées, neutres,...)

L'importance de l'écoute :

l'écoute active et l'écoute empathique

LA PROPOSITION ET LA VENTE D'UNE OFFRE ADAPTÉE AUX BESOINS

La proposition de l'offre :

l'offre « Produits et Services » répond aux besoins du client
 les nouveaux produits et les promotions ont été mis en avant
 l'entreprise, ses produits et services ont été présentés

L'argumentation :

les avantages de l'offre sont argumentés et les objections traitées
 les atouts concurrentiels et les bénéfices pour le client sont valorisés
 la compréhension et l'adhésion du client sont vérifiées

La négociation commerciale :

la négociation porte sur différents éléments (*produits, services, prix, règlement, livraison, délais, ...*). Les demandes de remise sont contenues
 l'avantage accordé est compensé par une contrepartie

La conclusion de l'entretien :

l'entretien est conclue de manière positive pour le client et l'agence
 la décision prise ou l'acte d'achat réalisé par le client est valorisée

La gestion et suivi de l'entretien :

une synthèse et compte-rendu de l'entretien est effectuée à la fin de la visite
 les actions à conduire et les informations clés sont identifiées et formalisées
 les actions à confier et les informations à diffuser à l'équipe sont communiquées

Outils
Méthodes

Pédagogie active et participative : exposés, synthèses, jeux de rôle, mises en situation, analyses Livret formation- Évaluation des acquis : quizz, exercices - Évaluation de la formation « à chaud »