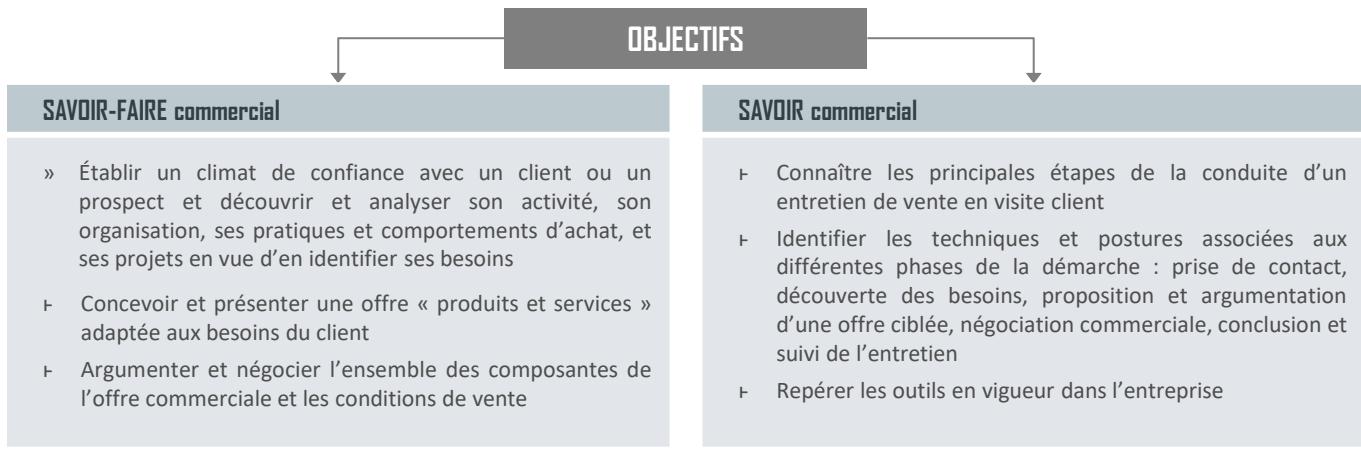


13 - 20

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 |



| LA PRISE DE CONTACT | |
|-----------------------------------|---|
| L'impact de la prise de contact : | l'importance de la 1ère impression : <i>tenue, présentation commerciale</i> |
| Les règles à respecter : | la personnalisation de la relation et l'instauration du climat de confiance |
| Les attitudes appropriées : | la voix, le sourire, le dynamisme, l'écoute, l'assurance en soi, la directivité |
| Les bonnes formulations : | 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 (<i>produits, services, prix, règlement, livraison, délais, ...</i>). 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 : quiz, exercices - Évaluation de la formation « à chaud » |
|--------------------|--|