

FORMATION FORCE DE VENTE, LES FONDAMENTAUX

Objectifs de la formation

Eclairage puis appropriation des mécanismes de base permettant de prospecter efficacement, notamment au téléphone, de prendre des RDV, de conclure positivement un entretien de vente et fidéliser son client dans le temps.

Durée et horaires de la formation

56 heures sur 7 jours

Matin : de 8h30 à 12h30 – Après-midi : de 13h30 à 17h30

Personnes concernées

Tout salariés ou chef d'entreprise en lien avec une activité commerciale.

Pré requis

Aucun

Moyens et méthodes pédagogiques

De la théorie vers la pratique, à travers des échanges interactifs.

Alternance d'apports de connaissances et d'échanges avec les stagiaires sur des applications concrètes issues de l'expérience de notre formateur.

Formation animée en vidéo projection et illustrée par des exemples de documents.

Il est demandé aux stagiaires d'amener leur problématique afin qu'elle fasse l'objet d'application pratique.

Validation

Suivi après stage J+3 mois pour valider la mise en œuvre de la formation dans le cadre des activités du salarié, repérer les écarts et les analyser.

Aptitudes

- Capacité d'écoute.
- Capacité d'analyse.
- Capacité d'élocution
- Capacité d'organisation
- Capacité de conviction.

Compétences

- Savoir gérer son temps.
- Savoir se mettre dans l'action.
- Travailler son état d'esprit
- Savoir se fixer des objectifs raisonnés.

Délai d'accès moyen à la formation

Le délai est d'un mois en moyenne entre la demande du stagiaire et son entrée en formation

Tarifs

INTER 1000€ ht / stagiaire (groupe de 2 à 4 personnes)
INTRA 2800€ ht (groupe de 2 à 4 personnes)

Accessibilité

Pour les publics en situation de handicap, il y a une place de stationnement réservé devant le centre de formation et pour les personnes à mobilité réduite une rampe d'accès sans marche permet d'accéder à la salle de formation.

Mise à jour de la formation

Janvier 2024.

Indicateurs de résultats

Taux de participation : 100%
Taux d'abandon : 0%
Taux d'engagement : 96%
Taux de satisfaction globale : 9/10
Nombre de stagiaires formés en 2023 : 6

Financement de la formation

Plan de formation de l'entreprise (OPCO)

PARCOURS PEDAGOGIQUE

1) Maîtriser vos produits, connaître votre société

- 1.1 Mon produit
- 1.2 Ma société
- 1.3 Prenez conscience !

2) Poser ses objectifs personnels et intégrer les objectifs de sa société

- 2.1 Objectifs personnels
- 2.2 Objectifs société
- 2.3 Prenez les commandes !

3) Prendre et gérer vos rendez-vous

- 3.1 La préparation en amont
 - 3.1.1 La parfaite connaissance de son entreprise
 - 3.1.2 La parfaite connaissance du service/produit à vendre
 - 3.1.3 Comment cibler son fichier client/l'importance de la qualification
 - 3.1.4 Bâtir un ou plusieurs argumentaires adaptés à la cible client
 - 3.1.5 Les outils indispensables à toute session téléphonique
 - 3.1.6 La fixation des objectifs et leur suivi

3.2 PARTICULARITÉS DU TÉLÉPHONE, LES PIÈGES ET LES DIFFICULTÉS LIÉS A LA PROSPECTION ET LA PRISE DE RDV

- 3.2.1 Le pouvoir des mots
- 3.2.2 Le problème de la signification
- 3.2.3 Ce que nous entendons
- 3.2.4 Se faire comprendre
- 3.2.5 Communication orale, les fondamentaux
- 3.2.6 Les bonnes attitudes avant une session téléphonique
- 3.2.7 Les atouts du téléphone
- 3.2.8 Les limites du téléphone
- 3.2.9 Mise en situation, jeu de rôle

3.3 COMMENT CRÉER RAPIDEMENT LE CONTACT AVEC SON INTERLOCUTEUR

- 3.3.1 Le centrage sur le client
- 3.3.2 Les différents types de question
- 3.3.3 L'écoute active
- 3.3.4 La clarification
- 3.3.5 La reformulation
- 3.3.6 Mise en situation, jeu de rôle

3.4 COMMENT ARGUMENTER AU TÉLÉPHONE

- 3.4.1 L'argumentation cible sur la réponse aux besoins
- 3.4.2 Le traitement des objections
- 3.4.3 Comment rassurer et fidéliser son client
- 3.4.4 La planification des relances
- 3.4.5 Mise en situation réelle

4) L'entretien clientèle

- 4.1 La visualisation
- 4.2 Les attitudes
- 4.3 L'écoute
- 4.4 Le questionnement
- 4.5 L'entretien en clientèle
 - 4.5.1 Ma présentation
 - 4.5.2 La présentation de la société
 - 4.5.3 La découverte du client
 - 4.5.4 La présentation produit
 - 4.5.5 L'argumentation
 - 4.5.6 Conclusion

5) Le suivi client

- 5.1 Le suivi administratif
- 5.2 Le suivi des livraisons
- 5.3 Etoffe votre rôle !
- 5.4 La prise de références
- 5.5 Prenez du plaisir !