

Le savoir-etre et l'entretien commercial

Public visé : Managers, responsables d'équipe Expérience en management

Durée : 3 jours

Heures : 21 h

Effectifs : 8

Délai accès : 3 mois

Prix : 750 € / pers.

Accessibilité : Locaux accessible aux personnes en situations d'handicap. Pour toute demande particulière, nous contacter.

Développez une posture professionnelle adaptée à la gestion de clients et d'interlocuteurs variés.

OBJECTIFS

Mettre en place une stratégie commerciale pour le développement d'un marché, d'une offre, d'un projet Etudier et suivre une affaire en relation avec le client, les services internes, les sous-traitants et fournisseurs Conseiller le client en préconisant les moyens les mieux adaptés tant du point de vue technique que du point de vue économique et dans le respect des normes et règlements en vigueur

DÉOUCHÉS

Sans objet

ÉQUIVALENCES

Sans objet

SPÉCIALITÉ

Commerce, vente

SANCTIONS VISÉES

Attestation de stage

MOYENS MATÉRIELS ET HUMAINS

Alternance d'exposés théoriques et d'applications pratiques Salle de formation Ecran interactif

QUALIFICATION DE L'INTERVENANT

Formateur spécialisé et expérimenté ayant plusieurs années d'expérience dans le domaine.

MODALITÉS

Par questionnaire à la fin de la formation.

Programme

SAVOIR-ETRE COMMERCIAL (1 JOUR) ·

Le savoir-être

commercial : o Les bonnes pratiques o Les bonnes questions à se poser o Se fixer des objectifs pertinents o Connaître ou reconnaître son client. ·

La préparation de

l'entretien : o Savoir saisir toutes les opportunités o Être à l'écoute o Se tenir informé o Rechercher et sélectionner les informations relatives

au client et à son marché o Identifier les objectifs de la négociation et recueillir

les éléments nécessaires pour la mener à bien o Planifier la prise de contact et fixer le rendez-vous. L'ENTRETIEN

COMMERCIAL (2 JOURS) ·

Mener un

entretien : o L'ouverture de l'entretien : les 3 « A » o Etablir et maintenir le contact en utilisant les techniques relationnelles, o La détection des besoins principaux et les besoins

cachés : la recherche du CIA o La communication au client de toutes les informations

nécessaires à la vente o La reformulation pour obtenir le premier

« oui » o La valorisation de son professionnalisme, de ses

services et de ses solutions clients o La réponse aux objections o L'entretien et le respect des pratiques/usages de l'entreprise.