ACD006 - Fondamentaux des techniques de vente

Mis à jour le 12-02-2024

Code : ACD006

Unité d'enseignement de type mixte

8 crédits

Volume horaire de référence (+/- 10%) : **65 heures**

Responsabilité nationale : EPN15 - Stratégies / Valérie CHARRIERE-GRILLON

Contact national :

EPN15 Stratégies - ICSV

37.2.08, 2 rue Conté
75003 Paris
01 58 80 86 55
Zahra ADJLOUT
zahra.adjlout@lecnam.net

Présentation

Prérequis

Personnes souhaitant prendre en charge des activités commerciales sans formation préalable dans le domaine. Niveau bac ou infra avec expérience professionnelle

Objectifs pédagogiques

Apporter des bases opérationnelles en techniques de vente (prospection, entretien de vente, négociation, conclusion, fidélisation) par des apports théoriques (2/3 du temps) et pratiques (1/3 du temps). Les pratiques seront basées sur des jeux de rôles ou des exercices de communication écrite.

Présentation de l'apport de l'IA aux techniques de vente.

Compétences

Aptitudes à dérouler un processus commercial complet, dans le cadre d'un poste de vendeur-junior, dans des contextes B2B ou B2C : établir et mettre en oeuvre un plan de prospection, maîtriser les étapes de l'entretien commercial en face à face, savoir argumenter et traiter les objections, défendre son prix, conclure une vente puis fidéliser le client
Aptitude à gérer son temps et ses attitudes pour optimiser son efficacité professionnelle.

Programme

Contenu

Partie 1 : Prospecter efficacement
Préparation de la prospection
Définir les objectifs dans le cadre de la politique commerciale de l'entreprise
Élaborer et qualifier la base de données
Préparer les outils : argumentaire, objectionaire
Connaître les techniques de prospection
Différentes méthodes : le publipostage, le téléphone, la prospection directe, Internet, les salons professionnels
Analyse en termes de coûts
Prospection téléphonique
Découvrir les clés de la communication téléphonique
Baliser les étapes de l'entretien (accroche, proposition, conclusion)
Passer les barrages secrétaires
Prendre RDV
Répondre aux objections
Rester positif et motivé
Maîtriser la prospection physique
Conduire un premier entretien
Identifier les principes de la communication
Découvrir la technique des 4C : Connaître, Communiquer, Convaincre, Conclure
Découvrir les étapes clés de l'entretien
Développer un climat de confiance
Découvrir les premiers mots qui font vendre
Bilan de la prospection
Relancer par téléphone
Élaborer des tableaux de bord
Mettre à jour la base de données grâce aux informations recueillies

Partie 2 : Les techniques de vente et de négociation
Préparation de l'entretien

Établir l'objectif de l'entretien et la stratégie à mettre en œuvre
Connaitre ses marges de manœuvre
Collecter les informations clients existantes (historique d'achat, quantité, décisionnaire,...)
Préparer la découverte
Accueil et prise de contact
Accueillir le client
Se présenter
Présenter le déroulement de l'entretien
Introduire la société / Présenter les nouveautés
Découverte des besoins
Faire parler le client
Découvrir le client / l'entreprise
Découvrir ses besoins et motivations d'achat
Utiliser la reformulation et l'écoute active
Phase d'argumentation
Passer des caractéristiques aux avantages et bénéfices client
Présenter le prix avantageusement
Négocier en 5 temps
Traitement des objections
Connaître les types d'objections
Comprendre leurs origines et leurs raisons
Traiter les objections
Réussir à les anticiper
Conclusion et prise de congé
Repérer les signaux d'achats
Favoriser la prise de décision finale
Obtenir un engagement
Rester positif même en cas d'échec
Fidélisation
Relance qualifiée
Mettre en place des tableaux de bord et les tenir à jour
Développer une stratégie pour le futur
Partie 3 : Gestion du temps, organisation personnelle et savoir-être du vendeur efficace
Le temps
Gérer son temps
Organiser son emploi du temps
Savoir se préserver, des autres et de soi
Identifier les mangeurs de temps et s'en protéger
L'organisation au quotidien du commercial
Déterminer ses objectifs et ses priorités
Anticiper et planifier Déléguer dès que possible
Utiliser des outils d'efficacités commerciales (TIC, moyens de communication, ...)
Savoir s'adapter
Se connaître
S'affirmer.
Rester flexible et ferme, soigner sa présentation personnelle et sa communication interpersonnelle
Rester " battant " dans les difficultés

Modalités de validation

- Projet(s)

Description des modalités de validation

Evaluation(s) individuelle(s) ou collective(s) sur des cas réels d’entreprise. Le mode et le calendrier de l’évaluation sont annoncés par l’enseignant en début de formation.

Bibliographie

Titre	Auteur(s)
Vendeurs, passez en mode solution, 2018	F.Bouchet
Vendeur d’élite, 2018,	M.Aguilar
Le vendeur connecté , 2018	B.Mahé