

# ACD006 - Fondamentaux des techniques de vente

## 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, objectionnaire

##### **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**

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 / 1

**Contact national :**

EPN15 Stratégies - ICSV

37.2.08, 2 rue Conté

75003 Paris

01 58 80 86 55

Zahra ADJLOUT

[zahra.adjlout@lecnam.net](mailto:zahra.adjlout@lecnam.net)

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

---

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