**PROGRAMME DE FORMATION :**

**Réussir son entretien de vente**

**Client :** Nom des clients

**Période de formation :** Période de formation et nombre d’heures et de jours de formation

**Durée de formation :**  combien de temps dure la formation en jour ou en heure

**Objectif :** que va être capable de faire votre client à l’issue de la formation ? Quelles compétences, métier, ou savoir va-t-il acquérir, dans quelles circonstances va-t-il pourvoir les mettre en œuvre.

**Public visé :** Qui sont les personnes visées par cette formation ?

**Prérequis :** Quelles sont les connaissances de base pour suivre ses formations ?

**Moyen et modalité :** Comment se déroule la formation ? Que de la théorie dans une salle, ou de la pratique dans une salle, ou de la pratique dans un endroit prévu à cet effet.

**Évaluation :** Méthode d’évaluation choisie : sous quelle forme le client valide ses connaissances.

**Lieu :** Lieu de la formation ou espace de connexion à disposition des clients.

**Formateur :** Qui est le formateur, et quelles sont ses compétences ?

Dans les formations en ligne, il faut mettre en avant les compétences des personnes responsables du suivi de l’élève. Cela peut être le formateur ou une autre personne.

**Coordonnés de contact du formateur (si en formation en ligne) :**

Dans les formations en ligne, il faut indiquer comment le client peut contacter le formateur ou la personne en charge de son suivi.

**Modalité de contact du formateur ( si formation en ligne ) :**

Dans une formation en ligne, il faut expliquer comment le formateur / accompagnateur peut être contacté. Quelles périodes de contact, quels outils (chat, forum, mail, etc.) et sous quels délais il doit répondre.

**Méthode de suivi pédagogique si formation en ligne :**

Dans une formation en ligne, il y a obligatoirement un suivi pédagogique. Il faut donc expliquer comment vous allez le mettre en œuvre. Exemple : regroupement toute les semaines dans une classe, sur une web-conférence.

**Lieu au cas où le client n’a pas accès à internet (si formation en ligne) :**

Il faut pouvoir donner un lieu où le client va pouvoir aller se connecter pour suivre la formation s’il n’a pas internet chez lui.

[**I.** **Préparer son entretien de vente** **3**](#_Toc356986618)

[1) Renseigner vous sur votre client 3](#_Toc356986619)

[2) Maitriser votre produit 3](#_Toc356986620)

[3) Vos outils d’aide à la vente 3](#_Toc356986621)

[4) Plan type : préparation de la visite 3](#_Toc356986622)

[5) Préparer ses arguments de vente 4](#_Toc356986623)

[**II. Se préparer aux éventuels objections du client** **6**](#_Toc356986624)

[1) Les techniques pour réfuter les objections 6](#_Toc356986625)

[2) Les différentes formes de réfutation 7](#_Toc356986626)

[3) Attitudes face aux objections 7](#_Toc356986627)

[4) Les objections prix 7](#_Toc356986628)

[**III. Se faire accepter en tant que vendeur** **10**](#_Toc356986629)

[1) Briser la glace 10](#_Toc356986630)

[2) Créer un climat propice aux affaires 10](#_Toc356986631)

[3) Les qualités fondamentales du commercial 12](#_Toc356986632)

[**IV.** **Ecouter son client** **12**](#_Toc356986633)

[1) La relation client 12](#_Toc356986634)

[2) La méthode SONCAS 12](#_Toc356986635)

[3) La méthode SAFI 13](#_Toc356986636)

[4) La check List des bonnes questions 15](#_Toc356986637)

[**V. Construire une proposition commerciale** **16**](#_Toc356986638)

[1) Les cinq principales causes d’échec d’une proposition 16](#_Toc356986639)

[2) Les ingrédients d’une bonne proposition 16](#_Toc356986640)

[3) Les éléments qui doivent être présents dans une proposition commerciale 16](#_Toc356986641)

[**VI. Valider l’intérêt du client 17**](#_Toc356986642)

[**VII. Vendre et conclure 19**](#_Toc356986643)

[1) Conclure la vente 19](#_Toc356986644)

[2) Conclure avec un client intéressé 20](#_Toc356986645)

[2) Conclure avec un client rétif 21](#_Toc356986646)

[**VIII. Suivi client et bilan de l’entretien 22**](#_Toc356986647)

[1) Schéma : entretien de vente 22](#_Toc356986648)

[2) Schéma : cycle de vente et but à atteindre lors de l’entretien de vente 23](#_Toc356986649)

[3) Schéma : entretien de vente Moyens/Méthode 24](#_Toc356986650)

[**IX. Les 10 points à retenir de la formation 25**](#_Toc356986651)

[**X. Les 6 points d’excellence pour aller plus loin 26**](#_Toc356986652)

**Biographie**