**PROGRAMME DE FORMATION :**

**techniques de VENTE - Niveau débutant**

**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.

**Objectif :**

La formation proposée ci-dessous couvre les aspects fondamentaux des techniques de vente pour les débutants en la matière.

**Pré-requis :**

Connaissance de l’entreprise et de son environnement

**La méthodologie :**

La formation alterne théorie, pratique, mises en situation et jeux de rôle/Formation collective

# **I - Techniques de vente**

**1. Les clés de réussite dans la vente**

1. Les qualités personnelles
2. Les attitudes positives
3. Les connaissances

**2. Les techniques de vente et de négociation**

1. Le processus d’achat et le processus de vente
2. Le processus d’achat
3. Les différents types d’interlocuteurs
4. Le processus de vente
5. L’adéquation entre les 2 processus
6. Le modèle de vente gagnant

**3. Les étapes du processus de vente**

1. La préparation

* Définir un objectif principal
* Définir des objectifs secondaires
* Définir un objectif de repli

1. La prise de contact

* Au téléphone
* En visite

1. La qualification des besoins

* Les différentes techniques de découverte
* L’écoute active
* La reformulation
* Le questionnement
* L’observation

1. Le traitement des objections

* Savoir reconnaître les types d’objection
* Savoir les accepter
* Savoir y répondre

1. L’argumentation

* Valider la compréhension
* Cibler l’argumentation
* Tester les solutions

1. La négociation

* A quel moment
* Savoir reconnaître les signes
* Les différents types de négociateurs
* Savoir défendre des marges

1. La conclusion
   * A quel moment
   * Tester les accords possibles
   * Valider l’acceptation
   * La preuve de l’engagement

# **II - Déployer sa stratégie commerciale**

# 

**1. Identifiez votre état d'esprit avant d'aborder la vente**

1. Analyser vos valeurs, de vous-même et des acheteurs.
2. Repérez vos messages contraignants pour mieux les gérer et anticiper vos comportements.
3. Programmez-vous positivement.

**2. Créez le contact et donnez envie à votre client de se dévoiler**

1. Donnez le ton, synchronisez-vous, pratiquez l'inclusion pour briser la glace.
2. Pratiquez un questionnement tout en finesse.
3. Utilisez les niveaux d'écoute et d'ouverture vis-à-vis de vous-même et de votre client.

**3. Soyez convaincant, rebondissez sur les objections**

1. Mettez en valeur vos arguments.
2. Utilisez la technique du recadrage.

**4. Négociez et concluez pour préparer l'avenir**

1. Identifiez votre style de négociateur
2. Négociez pour établir une collaboration créative.
3. Concluez pour nouer une véritable relation sur le long terme.
4. **Identifiez et gérez les difficultés rencontrées**

**6. Amener chacun à souhaiter une relation pérenne**

1. Actionner les leviers de la confiance pour fiabiliser les échanges avec l'équipe et les clients.
2. Faire la différence : donner les moyens de satisfaire pleinement les clients exigeants.
3. Perpétuer la dynamique "relation client"
4. Utiliser l'estime de soi comme levier.

# **III-Stratégies et tactiques de négociation**

# 

**1. Renforcer son pouvoir de conviction et d'influence**

1. L'écoute active en négociation : comment la pratiquer, pourquoi l'utiliser. Les conditions de réussite, les facteurs de succès.
2. L'argumentation : les méthodes classiques d'argumentation, leurs avantages et limites. Les moments clés pour argumenter. Les points qui nécessitent une argumentation particulière. La construction d'un argument et d'un argumentaire.

**2. Établir des stratégies gagnantes**

1. Rappel des grandes stratégies de négociation.
2. Analyser les enjeux et les rapports de pouvoirs : utiliser la matrice des ressources, l'un des outils les plus puissants pour positionner une négociation.
3. Décoder le langage de la négociation : les 6 curseurs du pouvoir. Comment les faire bouger à son avantage ?

**3. Point essentiel de la réussite d'une négociation : la phase de préparation**

1. Objectifs, points limites, niveaux d'exigence : comment préparer ou faire préparer sa négociation ?
2. Le niveau d'exigence initiale : évaluation et utilisation. Comment le fixer ? Comment s'assurer qu'il sera atteint ?
3. L'élaboration du couple argument/exigence initiale : savoir le manier pour rester maître du jeu.

**4. Conclure des accords profitables**

1. Il n'est pas de concession qui ne mérite une contrepartie : savoir la définir, la demander, l'obtenir. Une méthode en 3 étapes.
2. Savoir orienter les demandes de l'interlocuteur vers des concessions moins coûteuses ou non récurrentes.
3. Faire des choix, savoir les adapter : négocier en bloc ou point par point ?
4. Les techniques de pré fermeture ou pré close.

**5. Maîtriser les tactiques de négociation**

1. Garder toujours le leadership : savoir utiliser les tactiques de séduction et les tactiques de pression.
2. Menace, urgence, bluff, "effet Columbo", etc. : identifier les principaux pièges pour mieux les déjouer.
3. "C'est à prendre ou à laisser" : comment faire pour ne pas en arriver là ?

L'allié tactique par excellence : le temps. Savoir se l'annexer.