



Techniques de vente pour vendeurs « juniors »

Objectifs :

La vente ne s'improvise pas. C'est un métier à part entière. La plupart des jeunes commerciaux sans formation sont donc confrontés à des situations face auxquelles il n'adoptent pas toujours la bonne attitude. Le but est avant tout de leur faire prendre conscience qu'il faut avant tout analyser les besoins du client pour y répondre et donc conclure sa vente. En plus, le profil des clients est fondamentalement différents. Il faut donc savoir identifier ces différents profils pour là aussi adapter son comportement.

Contenu :

Grâce à cette formation, **les vendeurs « juniors »** seront plus efficaces dans leurs relations avec les clients car ils sauront maîtriser les points suivants :

- Meilleure capacité d'analyse des besoins des clients
- Mieux comprendre mais surtout mieux se faire comprendre par les clients
- Mieux maîtriser les étapes d'un entretien de vente réussi
- Meilleure capacité à présenter et à expliquer les solutions
- Mieux cerner le caractère de l'interlocuteur (par la méthode des 4 couleurs) pour bien conclure sa vente
- Faire face aux objections
- Mieux savoir dire non sans cependant casser la relation
- Maîtriser les techniques de conclusion efficaces
- Conclure un entretien et rendre le client satisfait.

Pour la société également cette formation apporte une réelle valeur ajoutée à travers :

- Des collaborateurs mieux préparés aux changements
- Des collaborateurs plus motivés car mieux appréciés au sein de la société
- Une productivité plus élevée grâce à une meilleure compréhension des besoins des clients
- Un niveau de satisfaction plus élevé des clients
- Une meilleure image des équipes auprès des clients

Public concerné :

Tous les jeunes vendeurs et les vendeurs sans formation en vente

Déroulement de la formation :

Ce stage combine l'apprentissage par la mise en situation et des études de cas réels tirés de situations vécues. Concrètement, sur le terrain, les vendeurs entretiendront ensuite d'excellentes relations avec les clients pour augmenter non seulement la notoriété mais surtout les résultats de l'entreprise.

Maximum 8 participants

Organisation du séminaire : 2 jours
Coaching : 2 heures par participant