

# PROGRAMME DE FORMATION – MALETTE DU DIRIGEANT

## Marketing et communication

### Module 9 : Fondamentaux des techniques de vente (4j)

<p><b>OBJECTIFS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Connaître l'importance de la relation client</li> <li>- Transformer l'appel téléphonique en entretien</li> <li>- Identifier ses points forts et ses points de vigilance en situation de négociation</li> <li>- Adopter la bonne posture pour atteindre son objectif tout en préservant la qualité de la relation</li> <li>- Préparer ses négociations avec efficacité</li> <li>- Mener ses négociations pour aboutir à une conclusion mutuellement satisfaisante</li> <li>- Mieux gérer les situations de blocage en négociation et sortir des situations tendues</li> </ul>
<p><b>PRE – REQUIS</b></p>	<p>Cette formation ne nécessite pas de prérequis</p>
<p><b>MODALITE D'ACCES A LA FORMATION</b></p>	<p>Aucune</p>
<p><b>PROGRAMME DE FORMATION</b></p>	<p><b>JOUR 1 :</b>  <b>Matin de 9 h 00 à 12 h 30 (3.5 h)</b></p> <p><u>La relation client</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identifier les parties prenantes de la relation commerciale</li> <li>- Comprendre les enjeux de la relation client :             <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'image</li> <li>• Le chiffre d'affaire</li> <li>• La fidélisation</li> </ul> </li> <li>- Comprendre les attentes du client</li> <li>- Gestion de la relation client             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comportement : distinguer l'objectif opérationnel de l'objectif relationnel</li> <li>• Ecoute : établir le contact et favoriser la confiance</li> <li>• Détecter les attentes du client</li> <li>• Mettre en valeur une solution</li> <li>• Accepter critiques et objections</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Après-midi de 13 h 30 à 17 h 00 (3.5h)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestion des réclamations et insatisfactions             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Faire face aux situations délicates :                 <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Annoncer un retard, une mauvaise nouvelle</li> <li>▪ Savoir refuser en préservant la relation</li> <li>▪ Gérer un incident, une insatisfaction</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>- Maintenir et valoriser le contact après l'intervention</li> </ul>

# PROGRAMME DE FORMATION – MALETTE DU DIRIGEANT

## Marketing et communication

### Module 9 : Fondamentaux des techniques de vente (4j)

	<p><b>JOUR 2 :</b> <b>Matin de 9 h 00 à 12 h 30 (3.5 h)</b></p> <p><u>Convaincre vos futurs clients de vous rencontrer</u> - Préparer sa prospection</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Définir sa cible de prospects</li> <li>• Constituer son fichier prospects</li> <li>• Fixer ses objectifs de prospection</li> <li>• Se mettre en conditions optimales</li> </ul> <p><b>Après-midi de 13 h 30 à 17 h 00 (3.5h)</b></p> <p>- Techniques de communication téléphonique</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Savoir se présenter et susciter l'intérêt</li> <li>• Savoir franchir le barrage du secrétariat</li> <li>• Développer une écoute active</li> <li>• Détecter les besoins du prospect</li> <li>• Rédiger son scénario téléphonique</li> <li>• Se préparer aux objections des prospects</li> </ul> <p><b>JOUR 3 :</b> <b>Matin de 9 h 00 à 12 h 30 (3.5 h)</b></p> <p><u>Entretien de négociation</u> - Négociier, c'est quoi ?</p> <p>- La préparation de l'entretien de négociation :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les objectifs (court, moyen et long terme)</li> <li>• Le timing de l'entretien</li> <li>• Les intérêts communs</li> <li>• La posture et le déroulement de l'entretien</li> <li>• Se préparer à répondre aux principales objections</li> <li>• La conclusion</li> </ul> <p><b>Après-midi de 13 h 30 à 17 h 00 (3.5h)</b></p> <p>- Les éléments en jeu en négociation</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les personnes (matrice sur les attitudes fondamentales ; l'interlocuteur convergent, neutre ou divergent)</li> <li>• Les attitudes relationnelles</li> </ul>
--	--

# PROGRAMME DE FORMATION – MALETTE DU DIRIGEANT

## Marketing et communication

### Module 9 : Fondamentaux des techniques de vente (4j)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les facteurs qui contribuent à générer la confiance / les critères de légitimité</li> <li>• Les pièges de l'argumentation</li> </ul> <p>- Basculer sur la vente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Développer un argumentaire commercial</li> <li>• Comprendre les différentes étapes de l'entretien de vente</li> <li>• Repérer les signaux d'achat du client et amener la négociation du prix</li> </ul> <p><b>JOUR 4 :</b></p> <p><b>Matin de 9 h 00 à 12 h 30 (3.5 h)</b></p> <p><u>Les enjeux de la gestion de situations difficiles</u></p> <p>- Reconnaître les types de clients difficiles, et adapter sa posture en conséquence</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le client arrogant</li> <li>• Le client chronophage</li> <li>• Le client expert, qui croit mieux savoir que vous</li> <li>• Le « bon copain »</li> <li>• Le client pointilleux</li> <li>• Le client râleur/contestataire/protestataire</li> <li>• Le client éternellement insatisfait</li> <li>• Le client versatile</li> <li>• Le client mutique, la communication difficile</li> </ul> <p>- Résoudre et désamorcer les situations de conflit</p> <p>Comprendre l'insatisfaction d'un client</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reconnaître les signes avant-coureurs pour mieux prévenir la situation</li> <li>▪ Analyser les causes de l'insatisfaction du client/les facteurs déclencheurs de mécontentement</li> <li>▪ Comprendre les attentes du client mécontent pour regagner sa satisfaction</li> <li>• Ouvrir le dialogue</li> <li>▪ Pratiquer l'écoute active</li> <li>▪ Clarifier les attentes et les besoins de la personne : la faire parler, reformuler</li> <li>▪ Adopter la bonne attitude pour favoriser la confiance</li> <li>▪ Le choix des mots</li> <li>▪ La posture</li> <li>▪ L'attitude mentale (son état d'esprit)</li> <li>• Rechercher des solutions</li> </ul>
--	--

## PROGRAMME DE FORMATION – MALETTE DU DIRIGEANT

### Marketing et communication

#### Module 9 : Fondamentaux des techniques de vente (4j)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Clarifier et s'assurer des intentions communes, s'assurer qu'on est sur la même longueur d'ondes</li> <li>▪ Chercher des points d'accord</li> <li>▪ Construire une posture gagnant/gagnant</li> <li>▪ Prendre des engagements concrets (qui fait quoi, quand, comment)</li> <li>• Savoir mettre fin à l'échange</li> </ul> <p><b>Après-midi de 13 h 30 à 17 h 00 (3.5h)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tirer des enseignements des situations de conflits <ul style="list-style-type: none"> <li>• Repérer les incidents fréquents</li> <li>• Tirer des conclusions (remise en question de certaines pratiques)</li> <li>• Mettre en place des indicateurs de suivi des réclamations</li> </ul> </li> <li>- Mettre en place des procédures, adopter certains réflexes en matière de gestion de conflits</li> </ul>
<b>DUREE</b>	<b>4 jours - 28 heures</b>
<b>PROFIL DES INTERVENANTS</b>	Formateurs experts ayant une expérience en entreprise et dont les compétences d'animation sur cette thématique sont validées par notre service pédagogique.  Nom et qualifications du formateur :
<b>EVALUATION</b>	Evaluation en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie et rapport d'évaluation
<b>NOMBRE DE PARTICIPANTS</b>	1 A 5
<b>DATES</b>	Voir convention de formation
<b>LIEU</b>	INTRA ENTREPRISE – Adresse client
<b>MOYEN PEDAGOGIQUE</b>	Travail sur des postes de travail et outils logiciels disponible dans l'entreprise - Méthode interactive et intuitive - Support Stagiaire
<b>COUT DE LA FORMATION</b>	1400€ HT
<b>FORMALISATION A L'ISSUE DE LA FORMATION</b>	Attestation d'assiduité et attestation de fin de stage