



PROGRAMME DE FORMATION

FORCE & TECHNIQUES DE VENTE		FCV02
DURÉE	30 heures	8 demi-journées
PUBLIC	Responsable de vente, étalagiste, vendeur, merchandiseur...	
PARTICIPANTS	Sessions par 2 à 24 participants	
PRÉ-REQUIS	Des bases en Vente Action Marchande sont nécessaires.	
LIEU	17 Passage du Ponceau – 75002 Paris	En inter-entreprise
NIVEAU	Amélioration de compétences	
DÉTAILS FORMATEUR	Nguyen Laurent c.f. https://formacity.fr/team pour voir ses compétences détaillées	
OUTILS	Stylos, feuilles, ordinateur, vidéoprojecteur, tableau blanc, livret	

OBJECTIFS	
<ul style="list-style-type: none"> - Connaître le cadre juridique des négociations. - Apprendre et mettre en pratique la méthode de négociation centrée sur les intérêts. - Optimiser sa prise de parole en public. 	
MÉTHODOLOGIE	
<ul style="list-style-type: none"> - Etude de cas - mise en situation - apports théoriques selon besoins. 	
LIVRET DE FORMATION	
<ul style="list-style-type: none"> - Informations générales (règlement intérieur, accès, déroulement, guide d'accès au blended-learning sur notre site internet, fiche-profil formateur) - Programme de formation - Fiche mnémotechnique - Conseils pratiques - Attestation de fin de stage 	
MODALITES D'EVALUATION	
<ul style="list-style-type: none"> - Un quizz est disponible gratuitement sur notre site https://formacity.fr - En classe, des cas pratiques, questionnaires, QCM et tests sont établis - Auto-correction entre participants, puis synthèse globale par le formateur. - Remise d'une fiche évaluation 	
GENERALITES	
<u>Contenu</u>	<u>Durée</u>
<ul style="list-style-type: none"> - Présentation du formateur - Présentation des participants 	20min
Recueil des attentes des participants : <ul style="list-style-type: none"> - Questionner et écouter les attentes des participants en faisant un tour de table - Présenter le programme et le déroulement de la formation 	30min
Présentation du programme et le déroulement de la formation	10min
Présentation théorique illustrée par des exemples	15h
Étude de cas, démonstration par le formateur, mise en situation, jeux de rôles	3h
Réflexions de groupe guidées par le formateur, échanges d'expériences avec les participants	9h
Supports de cours, exercices et correction	60min
Évaluation : <ul style="list-style-type: none"> - Évaluation des connaissances en début de session - Évaluation des connaissances acquises en fin de session - Évaluation de la satisfaction des apprenants de la formation et du formateur 	60min

LES CRITERES QUI CONDITIONNENT UNE RELATION COMMERCIALE DE QUALITE

- Le style du vendeur et les qualités qu'il doit développer
- Le comportement face au client

LA PREPARATION DU PROCESSUS DE REUSSITE COMMERCIALE

- Le style du vendeur et les qualités qu'il doit développer
- Se mettre en situation de confiance pour réussir une vente : avoir une attitude mentale et physique positive
- Définir le "bon" objectif avec les 3 types de critères qui le rendent motivant, dynamisant et réalisable
- Concevoir une stratégie pertinente : les actions à mener, les comportements à adopter

LE CONTACT

- Se mettre sur la même longueur d'onde (se "syntoniser") : verbalement et non verbalement
- Capter l'attention

LA MATRICE STRATEGIQUE DE LA VENTE

- La découverte du client : valeurs, critères, convictions, objectifs, ressources
- Les motivations d'achat
- Les 8 phases de la négociation
- L'aïkido commercial : accueillir et accompagner ce que le client exprime, y compris les objections
- Le langage d'influence : les mots stratégiques
- Ecouter avant d'émettre : écouter ce que le client veut dire et non pas ce qu'il dit
- Le traitement des objections
- La conclusion : faire évoluer le client vers la décision, s'engager personnellement, repérer les indicateurs de décision, conclure avec élégance quelle que soit la décision du client

LES PRINCIPALES CAUSES D'ECHEC D'UNE NEGOCIATION

- Positions des interlocuteurs inconciliables
- Manque de temps

COMMENT FIDELISER LE CLIENT ET PERENISER LA RELATION COMMERCIALE

- Entretenir une relation de confiance
- Assurer un service après-vente de qualité
- Anticiper les évolutions du client