

# Maitriser les fondamentaux de la vente



*Durée*  
2 jours soit 14 heures



*Lieu : Distanciel*  
Inter/ Intra



*Public : Les franchisés GDS  
et les encadrants des SAAD*  
*Prérequis : Etre en poste*



*Formateur*  
Orsys

## OBJECTIFS

- Identifier et maîtriser les différentes étapes de l'entretien de vente
- Améliorer sa communication pour mieux cerner les besoins clients
- Traduire son offre en bénéfices client et l'argumenter
- Transformer une objection en élément positif
- Identifier le moment opportun pour conclure et s'engager conjointement

## PROGRAMME

- Contexte de l'entretien de vente
  - L'importance de la vente dans le processus marketing et commercial.
  - La vente à des professionnels et la vente aux particuliers.
  - Se préparer (dans la tête et dans la pratique).
  - Le rôle du commercial.
  - Attirer l'attention de l'interlocuteur et susciter son intérêt.
  - Connaître les phases d'un entretien de vente.
- Se présenter : la prise de contact
  - La première rencontre, la première impression, la crédibilité de l'entreprise et de son représentant
  - Techniques pour se présenter.
  - Attitudes de communication pour briser la glace.
  - La communication non verbale.
- Découvrir le besoin du client
  - Recueillir les besoins, obtenir la confiance, technique de découverte.
  - Questionner : utiliser différents types de questions.
  - Écouter : l'écoute active pour rebondir.
  - Analyser les différents leviers de motivation.
  - Faire ressortir les besoins cachés.
  - Reformuler les besoins du client.
- Argumenter et convaincre son client.
  - Créer une suite logique après la découverte des besoins.
  - Démontrer l'adéquation de la solution au besoin.
  - Se différencier de la concurrence.
  - Utiliser l'argumentaire SONCAS.
  - Mettre en avant les bénéfices clients : CAB.
  - Formuler une proposition : devis, offre, présentation verbale.



## PROGRAMME

- Répondre aux objections
  - Les objections : qu'est-ce qu'une objection ?
  - Transformer une objection en élément positif.
  - Identifier les types d'objections et les anticiper.
  - Traiter l'objection prix avec différentes techniques.
- Conclure l'entretien et signer
  - Déceler les signes qui montrent qu'il est temps de conclure. Les types d'objections.
  - Obtenir un engagement et signer.
  - Prendre congé.



## METHODES

- Alternance de théorie/pratique avec application au contexte et expérience des participants.
- Mises en situation, méthode active et participative.
- Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques.