

Programme :

## Les techniques de vente

Objectifs & Déroulé du séminaire • 2 jours

### OBJECTIFS GENERAUX :

- Acquérir une méthode de vente efficace pour être rapidement opérationnel.
- Identifier les différentes étapes de l'entretien.
- Développer son efficacité dans l'argumentation, le questionnement, la réponse aux objections et la conclusion.

### OBJECTIFS SPECIFIQUES :

- Augmenter sa propre productivité.
- Générer des ventes.
- Promouvoir l'entreprise.
- Avoir une bonne communication avec les clients.
- Gérer le temps avec efficacité.
- Comprendre le point de vue du client.
- Acquérir de l'assurance dans les rapports avec les futurs clients.
- Avoir une meilleure compréhension des besoins et des désirs des clients.
- Clarifier certaines informations ou certains avantages du produit ou du service.
- Ouvrir la porte à d'autres transactions avec le client.
- Etablir une meilleure relation avec le client.
- Faire preuve de professionnalisme.
- Accroître sa confiance en soi et celle du client.
- Fournir aux clients un portrait complet de l'entreprise et des produits et services complémentaires.
- Réagir de façon appropriée face aux clients.
- Finaliser la décision d'achat du client.
- Garantir la satisfaction du client.
- Connaître les points à améliorer.
- Encourager les commentaires du client.
- Semer les graines de possibilités futures.

#### 1 APPREHENDER LES TECHNIQUES DE VENTE

#### 2 CONNAITRE LES 7 PHASES DE LA VENTE

- Préparer.
- Contacter.
- Comprendre.
- Convaincre.
- Négocier : conduire efficacement une négociation et la conclure de façon profitable.
- Le closing : quand et comment conclure ?
- La prise de congé.

#### 3 ENGAGER UNE TRANSACTION DE VENTE

- Respecter les lignes directrices des visites de vente.
- Organiser des présentations de vente.
- Décrire la différence entre une objection et une échappatoire.
- Décrire les objections les plus fréquemment présentées.
- Décrire les avantages pouvant être tirés des objections du client.
- Respecter la ligne de conduite à suivre pour surmonter les objections.
- Répondre aux échappatoires du client.
- Vendre des produits et services connexes.

#### 4 CONCLURE UNE VENTE

#### 5 ASSURER LE SUIVI

Programme :

## Management des ventes 1/2

Objectifs & Déroulé du séminaire • 3 jours

### OBJECTIFS GENERAUX :

- Comprendre comment les différentes forces commerciales évoluent, sont animées et rémunérées dans l'entreprise.
- Comprendre les différents canaux de distribution et leurs modes de fonctionnements, leurs valeurs ajoutées pour les fournisseurs, la façon dont ils sont animés, les relations avec les fournisseurs.
- Comprendre le concept de promotion des ventes pour assurer la bonne marche des opérations.
- Maîtriser les mécanismes de base de la promotion des ventes.
- Accroître l'efficacité des investissements et éviter les gaspillages.
- Bien utiliser les vraies innovations.
- Comprendre les concepts de l'administration des ventes et la manière de les appliquer pour résoudre des problèmes commerciaux.
  - Comprendre et maîtriser les outils de l'Administration des Ventes (ADV).
  - Maîtriser les mécanismes de base de la promotion des ventes.
- Acquérir les techniques de Management et d'animation d'un service ADV au quotidien.
- Maîtriser le concept du merchandising pour améliorer la visibilité des produits en linéaires au travers d'une argumentation marketing convaincante.
- Connaître et développer ses compétences de manager pour accroître la performance de son équipe.
  - Apprendre des méthodes de travail, mettre en place des outils.
  - Maîtriser les mécanismes de base de la promotion des ventes .
- Mobiliser et renforcer ses capacités à animer, gérer, diriger et fidéliser par un esprit d'équipe.
- Adopter une stratégie de gestion de la relation client grâce à l'intégration de nouvelles technologies.

## 1 ANIMATION, PROMOTION & ADMINISTRATION DES VENTES

### ■ ANIMATION

- Comprendre ce qu'est un réseau de partenaires et de distributeurs.
- Savoir découvrir les vraies attentes du revendeur.
- Construire le Plan d'Action.
- Négocier le Plan d'Action.
- Mettre en œuvre le Plan d'Action.
- Faire le bilan/état des lieux avec le distributeur.

### ■ PROMOTION

- Une démarche logique de la promotion des ventes.
- Deux axes stratégiques.
- Les techniques par approche.
- Les techniques par objectif.
- Les techniques promotionnelles.
- Les autres méthodes de promotion.

### ■ ADMINISTRATION

- Augmenter la réactivité de son ADV au travers du Lean Office, de la dématérialisation et d'une meilleure gestion des litiges.
- Augmenter la fiabilité de son ADV en s'attaquant aux processus cœur et en optimisant la confirmation et la promesse de commande (délai de livraison standard, « availability to promise », « capability to promise »).
- La mise en œuvre des méthodologies au sein des différentes ADV.
- Les leviers pour rendre votre service ADV plus proactif.
- Les indicateurs permettant de suivre la performance du service ADV.

Programme :

Management des ventes 2/2

**2 LES TECHNIQUES DE MERCHANDISING**

■ DEFINITION ET ENJEUX DU MERCHANDISING

■ MERCHANDISING DISTRIBUTEUR / PRODUCTEUR

- Objectifs et rôles de chacun.

■ LES PRINCIPES FONDAMENTAUX

- La zone de chalandise.
- Le cycle de vie du produit.
- L'assortiment.

■ LES MOYENS D'ACTION D'ANIMATION DES LINEAIRES

- Définition et description du linéaire de vente.
- Fonctions du linéaire.
- Notion d'élasticité des ventes.
- Contraintes des distributeurs.
- Méthodes et modèles d'allocation.
- Animation des linéaires.

**3 LA MISSION DE LA FORCE DE VENTE : COMMENT PRODUIRE, GERER, ENTREPRENDRE, ANIMER,...**

■ QUELLE EST MA MISSION ? COMMENT DONNER A MA FONCTION SA PLEIN DIMENSION ?

■ MANAGER AU QUOTIDIEN - LES CLES DE LA DYNAMIQUE D'EQUIPE

- Comment contrôler ?
- Comment mobiliser une équipe sur une action "spécifique" ?
- Gérer toutes les responsabilités de l'équipe, le collectif et l'individuel.
- Faire accepter les objectifs ambitieux.
- Etre force de proposition, stimuler la créativité.
- Faire du suivi des chiffres une occasion de mobilisation.
- Motiver au quotidien.
- La tournée accompagnée et le suivi terrain, pourquoi, comment ?

■ CONDUIRE DES REUNIONS COMMERCIALES EFFICACES

- Les objectifs d'une réunion.
- Faire passer les messages clé.
- Faire preuve d'empathie, faire passer ses directives.
- Les règles de base d'une réunion réussie.

■ S'ENTRAINER A RESOUDRE LES CAS DIFFICILES

- Savoir dire non.
- Faire respecter les procédures.
- Réagir face à des résultats insuffisants.
- Gérer des conflits ou des insatisfactions.
- Animer des vendeurs routiniers ou peu engagés.

■ SE POSITIONNER FACE A L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL PAR UNE MEILLEURE MAITRISE DES TECHNIQUES DE VENTE :

- Optimiser les performances commerciales, développer son professionnalisme dans la démarche commerciale.
- Améliorer les compétences en matière de questionnement, d'argumentation, de conclusion de la vente et de maîtrise de l'entretien.
- Etudier les techniques de négociation et de défense des marges.

Programme :

## Styles de Communication & Négociation commerciale

Objectifs & Déroulé du séminaire • 3 jours



Copyrights 1980 - 2016. **Persona** GLOBAL, Inc. All rights reserved.

### OBJECTIF GENERAL :

Ce séminaire développe l'efficacité des échanges internes / externes et favorise les décloisonnements. Le séminaire a pour but d'apporter les clés de compréhension des interlocuteurs clients afin d'adapter sa négociation en fonction de l'interlocuteur.

### OBJECTIFS SPECIFIQUES :

Ce séminaire permet de :

- Mieux se connaître et mieux comprendre les autres (interlocuteurs clients).
- Découvrir son style de de communication afin de comprendre les adaptations à réaliser en fonction de ses clients.
- Bâtir, restaurer ou optimiser le climat de confiance dans la relation commerciale.
- Développer les compétences relationnelles de chaque membre de l'équipe.
- Instaurer un langage commun et des approches communes de négociation pour une équipe commerciale.

### 1 PRELABLE

- Préalablement au séminaire chaque participant fait remplir 5 questionnaires à des salariés de leur choix. Les résultats sont compilés de manière anonyme.
- Lors du séminaire, les participants vont découvrir la matrice des styles de communication pour ensuite la mettre en pratique au travers d'exercices. Ils découvrent au travers d'un feedback personnalisé leur style de communication tel que vu par les autres et comparé à leur auto perception.
- Cet outil leur permettra surtout de mieux communiquer avec les membres de l'entreprise et de trouver les clés pour améliorer sa communication avec les clients.

### 2 1er JOUR

- Les enjeux de la communication.
- Jugement et description..
- La matrice des styles sociaux de communication.
- La confiance et l'empathie dans le relationnel.
- Le changement et la défensive lors du processus d'acceptation.
- Les besoins fondamentaux liés à chaque style social.

### 3 2ème JOUR

- Exercices d'appropriation de la matrice des styles sociaux :
  - Comment Chaque style prend une décision ?
  - Comment motiver chaque style ?
  - Comment chaque style exerce son Leadership ?
- La flexibilité au sein des négociations.
- Les échanges Gagnant/Gagnant.
- Le processus de communication constructive.
- Coopération et compétition (jeu pédagogique Bleu Rouge avec négociations).

### 4 3ème JOUR

- Comprendre et préparer sa relation commerciale.
- La préparation de la négociation.
- Les besoins du client et les besoins de la négociation.
- Les différentes étapes de la négociation.
- Ce qu'il faut faire et ce qu'il faut ne pas faire en négociation.
- Styles de communication et négociation.
- Exercices d'appropriation et études de cas liées aux styles.