

Techniques de vente entre professionnel BtoB

Prérequis : Aucun.

Durée : 4 jours (28 heures) par journées complètes.

Public concerné : Tous.

Objectifs :

- ✓ Apprendre à vendre
- ✓ Améliorer et développer ses techniques de prospection et de vente
- ✓ Augmenter le nombre de clients et le chiffre d'affaires.
- ✓ Répondre aux objections
- ✓ Mettre en place une stratégie de vente en fonction du client et contexte commercial

Programme :

L'entretien téléphonique

- ✓ Les attentes des clients/prospects envers un service téléphonique
- ✓ Mental, voix et intonation
- ✓ La structure d'un entretien
- ✓ Les différents types d'interlocuteurs

Les techniques de prise de rdv

- ✓ Le plan de prospection
- ✓ Définir la stratégie commerciale et les cibles (sociétés et interlocuteurs)
- ✓ Alimenter la base prospect et rechercher des informations sur un prospect/client
- ✓ Le logiciel de gestion de la base de données et de l'activité commerciale
- ✓ La structure et le script de l'entretien
- ✓ L'appel de sollicitation de rendez-vous
- ✓ Préparer l'appel
- ✓ Les mots et expressions
- ✓ Les filtres, barrages et mauvaises orientations, les présentations
- ✓ La proposition et argumentation du rendez-vous
- ✓ Les objections
- ✓ Prendre un rendez-vous avec le vrai décideur, ne pas arracher un RDV
- ✓ Ne pas vendre dès la prise de rendez-vous
- ✓ La conclusion de l'appel
- ✓ Exploiter les informations recueillies

L'entretien de prospection ou vente en face à face

- ✓ Quelques mnémotechniques
- ✓ L'écoute active
- ✓ La reformulation
- ✓ Faire répéter
- ✓ Poser des questions

- ✓ Les présentations
- ✓ Découvrir et comprendre les besoins du client
- ✓ La technique du "OUI"
- ✓ La technique du langage commun

- ✓ Les objections, répondre et argumenter
- ✓ Négocier
- ✓ Conclure
- ✓ Exploiter les informations recueillies

La gestion de le relation client

- ✓ La relance des offres commerciales
- ✓ Création d'un plan d'action commercial individuel et collectif
- ✓ Les particularités des ventes longues
- ✓ Les particularités des grands comptes avec multi intervenant
- ✓ La fidélisation des clients
- ✓ La gestion des réclamations
- ✓ Utilisation d'un logiciel de gestion de la relation client GRC/CRM

Moyens pédagogiques et techniques :

- ✓ **Groupe de 6 participants maximum,**
- ✓ Système d'enregistrement et lecture vocale
- ✓ Supports de cours
- ✓ Exposés théoriques
- ✓ Travaux dirigés individuels et en groupe
- ✓ Mise en situation avec enregistrement et restitution
- ✓ **Formation dans les locaux de l'entreprise (Paris et banlieue) ou dans notre établissement à Paris 11^{ème} pour les groupes jusqu'à 3 stagiaires.**

Evaluations :

- ✓ Questionnaire avant le début de la formation
- ✓ Mise en situation avec debriefing
- ✓ Questionnaires techniques de validation des acquis en cours et fin de formation
- ✓ Questionnaire d'évaluation de la "qualité" (à chaud) de la formation en fin de formation
- ✓ A la demande des stagiaires ou du donneur d'ordre, enquête (à froid) de satisfaction, résultats et mise en pratique après la formation.

Formateur :

- ✓ Emmanuel Petit possède une expérience de 20 ans au sein de plusieurs entreprises dans des secteurs variés. Il a occupé des postes de commercial sédentaire, terrain ainsi que des fonctions en marketing opérationnel. Ses compétences sont la vente et le marketing aussi bien vers les particuliers que les entreprises.
- ✓ Il est diplômé de l'Université Paris 8 (Diplôme Universitaire de Formateur pour Adultes).
- ✓ Il enseigne depuis 11 ans les techniques de vente, communication et marketing direct ainsi que les logiciels de gestion de la relation client (CRM).