

## Les techniques de vente

### Maîtriser les étapes de la vente à distance ou en face à face

#### Public

- Tout public

#### Pré-requis

- Aucun

#### Durée :

- 3 jours soit 21 heures

#### Dates

- **A définir**

#### Horaires

- A définir

#### Lieu :

- Pôle Formation de la CCI des Ardennes  
Campus Sup Ardenne  
8 rue Claude Chrétien  
08000 Charleville Mézières

#### Effectif :

- 3 personnes minimum

#### Méthode pédagogique

- Formation en présentiel
- Participation active
- Support de cours
- Etude de cas,
- Applications pratiques
- Evaluation des acquis

#### Intervenant

#### Validation

- Bilan de fin de formation
- Attestation de formation
- Attestation d'assiduité
- Feuille d'émargement

#### Coût de la formation

- **735.00 € / participant**  
Prestations exonérées de TVA

#### Objectifs pédagogiques :

- Intégrer le sens et les fondamentaux des techniques de vente
- Sélectionner les techniques d'accueil et de prise en contact adaptées en fonction du produit /services vendus et de la stratégie de l'entreprise
- Identifier les besoins, les attentes et les motivations du client
- Orienter le client et argumenter
- Traiter les objections et conclure la vente

#### Contenus :

##### I. Comprendre et maîtriser les étapes de la vente

- 1) Les étapes permettant de structurer tout entretien de vente
- 2) Identifier les différents types de vente sédentaire
- 3) Reconnaître l'importance de la relation humaine au cœur de la vente

##### II. Accueillir un client potentiel :

- 1) Se donner l'occasion de faire une bonne première impression
- 2) Les 3 x 20 : les 20 premières secondes, 20 premiers mots, 20 premiers gestes
- 3) Appliquer un langage non-verbal adapté au contexte de la vente
- 4) Utiliser des phrases d'accueil ouvertes
- 5) Aborder un client en magasin
- 6) Se présenter et présenter subtilement le déroulement de l'entretien pour renforcer pour initier la confiance

##### III. Découvrir les besoins, les attentes et motivations du client

- 1) Mettre en œuvre un plan de découverte en entonnoir
- 2) Identifier les renseignements à demander
- 3) Appliquer les techniques de questionnement
- 4) Aller au-delà des besoins : creuser les attentes et les motivations SONCAS
- 5) Reformuler et créer des ancrages

##### IV. La proposition argumentée

- 1) Orienter le client vers le produit, le service ou la proposition adaptée
- 2) Préparer un argumentaire
- 3) Argumenter, c'est renforcer la valeur perçue par le client

##### V. Présenter le prix

- 1) Le prix est une conséquence, pas un argument
- 2) Prendre l'initiative de la présentation du prix, même s'il est affiché
- 3) Utiliser les techniques de présentation du prix

##### VI. Traiter les objections

- 1) Une objection est une occasion de progresser rapidement vers la conclusion
- 2) Aider le client à lever ses doutes et prendre la bonne décision
- 3) Traiter efficacement les objections
- 4) Traiter l'objection prix en tenant compte de sa particularité

**VII. Conclure la vente**

- 1) Adopter « l'état d'esprit de la conclusion »
- 2) Choisir la technique de conclusion adaptée (directe, implicite, etc...)
- 3) Déjouer les pièges du report de décision du client
- 4) Donner une suite en cas d'impossibilité de conclure (reprogrammer une rencontre/ un contact)

**VIII. La vente additionnelle : complémentaire ou supplémentaire**

- 1) La vente additionnelle trouve sa racine dans la découverte
- 2) S'intéresser au projet global permet de vendre plus ou autre chose
- 3) Amener la vente additionnelle au bon moment