



## Marketing et communication

### Module 9 : Fondamentaux des techniques de vente (4j)

#### Objectifs :

- Connaître l'importance de la relation client
- Transformer l'appel téléphonique en entretien
- Identifier ses points forts et ses points de vigilance en situation de négociation
- Adopter la bonne posture pour atteindre son objectif tout en préservant la qualité de la relation
- Préparer ses négociations avec efficacité
- Mener ses négociations pour aboutir à une conclusion mutuellement satisfaisante
- Mieux gérer les situations de blocage en négociation et sortir des situations tendues

#### Programme :

##### La relation client

- Identifier les parties prenantes de la relation commerciale
- Comprendre les enjeux de la relation client :
  - L'image
  - Le chiffre d'affaire
  - La fidélisation
- Comprendre les attentes du client
- Gestion de la relation client
  - Comportement : distinguer l'objectif opérationnel de l'objectif relationnel
  - Ecoute : établir le contact et favoriser la confiance
  - Détecter les attentes du client
  - Mettre en valeur une solution
  - Accepter critiques et objections
- Gestion des réclamations et insatisfactions
  - Faire face aux situations délicates :
    - ♣ Annoncer un retard, une mauvaise nouvelle
    - ♣ Savoir refuser en préservant la relation
    - ♣ Gérer un incident, une insatisfaction
- Maintenir et valoriser le contact après l'intervention

##### Convaincre vos futurs clients de vous rencontrer

- Préparer sa prospection
  - Définir sa cible de prospects
  - Constituer son fichier prospects
  - Fixer ses objectifs de prospection
  - Se mettre en conditions optimales



- Techniques de communication téléphonique

- Savoir se présenter et susciter l'intérêt
- Savoir franchir le barrage du secrétariat
- Développer une écoute active
- Détecter les besoins du prospect
- Rédiger son scénario téléphonique
- Se préparer aux objections des prospects

Entretien de négociation

- Négocier, c'est quoi ?

- La préparation de l'entretien de négociation :

- Les objectifs (court, moyen et long terme)
- Le timing de l'entretien
- Les intérêts communs
- La posture et le déroulement de l'entretien
- Se préparer à répondre aux principales objections
- La conclusion

- Les éléments en jeu en négociation

- Les personnes (matrice sur les attitudes fondamentales ; l'interlocuteur convergent, neutre ou divergent)
- Les attitudes relationnelles
- Les facteurs qui contribuent à générer la confiance / les critères de légitimité
- Les pièges de l'argumentation

- Basculer sur la vente

- Développer un argumentaire commercial
- Comprendre les différentes étapes de l'entretien de vente
- Repérer les signaux d'achat du client et amener la négociation du prix

Les enjeux de la gestion de situations difficiles

- Reconnaître les types de clients difficiles, et adapter sa posture en conséquence

- Le client arrogant
- Le client chronophage
- Le client expert, qui croit mieux savoir que vous
- Le « bon copain »
- Le client pointilleux
- Le client râleur/contestataire/protestataire
- Le client éternellement insatisfait
- Le client versatile
- Le client mutique, la communication difficile



- Résoudre et désamorcer les situations de conflit
  - Comprendre l'insatisfaction d'un client
    - ♣ Reconnaître les signes avant-coureurs pour mieux prévenir la situation
    - ♣ Analyser les causes de l'insatisfaction du client/les facteurs déclencheurs de mécontentement
    - ♣ Comprendre les attentes du client mécontent pour regagner sa satisfaction o Ouvrir le dialogue
    - ♣ Pratiquer l'écoute active
    - ♣ Clarifier les attentes et les besoins de la personne : la faire parler, reformuler
    - ♣ Adopter la bonne attitude pour favoriser la confiance
    - ♣ Le choix des mots
    - ♣ La posture
    - ♣ L'attitude mentale (son état d'esprit)
  - Rechercher des solutions
    - ♣ Clarifier et s'assurer des intentions communes, s'assurer qu'on est sur la même longueur d'ondes
    - ♣ Chercher des points d'accord
    - ♣ Construire une posture gagnant/gagnant
    - ♣ Prendre des engagements concrets (qui fait quoi, quand, comment)
  - Savoir mettre fin à l'échange
- Tirer des enseignements des situations de conflits
  - Repérer les incidents fréquents
  - Tirer des conclusions (remise en question de certaines pratiques)
  - Mettre en place des indicateurs de suivi des réclamations
- Mettre en place des procédures, adopter certains réflexes en matière de gestion de conflits

**Méthode Pédagogique :** Cas pratiques et analyses

**Animation Pédagogique :** Frédérique LECRIVAIN et Véronique MAS

**Durée du Stage :** 4 Jours soit 28 heures

**Accompagnement :** collectif ou individuel

**Date et Lieu :** du 6 au 09/07/2020 -du 14 au 17/09/2020 - du 02 au 05/10/2020- du 14 au 17/12/2020

Inter : Séméac - Toulouse – Pau ou

Intra Entreprise : de 3 à 6 personnes