

2 jours de formation

Intra entreprise

Cette formation peut être adaptée sur-mesure en contenu et en durée (1 à 3 jours)

Formateur expérimenté



Isabelle Soubré

- Formatrice d'équipes commerciales.
- Double compétence Ventes et Achats.
- Expérience opérationnelle issue de grands groupes industriels aux postes de Responsable Commercial Grands Comptes, KAM européen, Chef de Groupe Achats et Directeur des Achats.
- Chargée de cours en Master et MBA en Marketing Achats et Techniques de Commerce International.

Objectifs

- Bâtir un plan de prospection.
- Développer sa capacité à convaincre un interlocuteur en peu de temps, et à obtenir des rendez-vous qualifiés.
- Etablir le bon diagnostic des besoins du prospect pour répartir ses efforts selon les perspectives de résultats.
- Obtenir les premiers engagements lors du premier entretien avec l'acheteur.

FORMATION COMMERCIALE

Prospecter, et favoriser le premier achat.

Bâtir un plan de prospection :

- Sélectionner les objectifs et les prospects-cible
- Déterminer le mode d'approche
- Evaluer et répartir les moyens nécessaires
- Connaître les adversaires et identifier les partenaires

Les principaux freins psychologiques à la prospection

EXERCICE D'APPLICATION :

Auto-diagnostic : quelles sont vos principales qualités pour prospecter ?

Obtenir un premier rendez-vous :

- Se préparer et endosser le rôle du prospecteur
- Comprendre l'organisation client et identifier l'acheteur
- Eveiller l'intérêt de l'interlocuteur et passer les barrages
- Convaincre l'acheteur de vous recevoir

Les pièges à éviter et les astuces à utiliser

MISE EN SITUATION :

Convaincre en 30 secondes par l'échange téléphonique.
Convaincre en 2 minutes par l'échange de visu.

Préparer l'entretien avec l'acheteur :

- Maîtriser les trois savoirs commerciaux : Savoir-Etre, Savoir-Faire et Faire-Savoir
- Connaître les processus de décision des acheteurs
- Définir les objectifs et préparer son argumentaire

6 règles d'or pour adopter le bon comportement

BOITE A OUTILS :

Chaque participant formalise les actions qui lui semblent prioritaires pour développer le référencement de nouveaux clients.

Réussir l'entretien et obtenir les premiers résultats :

- Identifier les besoins réels d'achats et les opportunités
- Maîtriser les méthodes de questionnement
- Repérer les freins à l'achat et lever les objections
- Favoriser les premiers engagements et planifier les prochaines étapes

6 étapes clefs pour réussir le premier entretien de vente

MISE EN SITUATION :

Entraînement au premier entretien de vente avec un acheteur.
Eude de 3 cas difficiles : silence, indécision, agressivité.