

| | | | |
|--|-------------------------------|--|--------------|
|  | PROGRAMME DE FORMATION | | E-01 |
| | Crée-le : 12/06/2019 | Révisé le : 11/05/2021 Révision : 1 | Page 1 sur 3 |

N° E01-15
Date : 08/09/2021
Rev

Gagner des clients avec les 6 étapes fondamentales de la vente

| | |
|---|--|
| OBJECTIFS Pédagogiques | <ol style="list-style-type: none"> 1. Intégrer la dimension relation client et la dimension commerciale dans les échanges 2. Apprendre et Pratiquer les 6 étapes fondamentales de la vente 3. Prendre conscience de ses atouts et axes de progrès à chaque étape 4. Gagner en aisance et en agilité face aux clients |
| OBLIGATIONS REglementaires | <i>Non</i> |
| PRE-REQUIS | <ul style="list-style-type: none"> • Personne majeure ayant déjà une expérience professionnelle d'au moins 1 an dans la vente de services ou de produits • Langue française |
| MODALITÉS D'ACCÈS À LA FORMATION | <ul style="list-style-type: none"> • Intra • Présentiel |
| PROGRAMME DE FORMATION | <p>Durée : 7 heures</p> <p>1. Introduction :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Présentation du déroulement de la journée • Se connaître les uns les autres • Les règles de séance <p>2. Les 6 étapes fondamentales de la vente :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1- La préparation <ol style="list-style-type: none"> a. Identifier la typologie de ses clients b. Utiliser la méthode AIH (Atout / Inconnu / Handicap) c. Préparer sa communication 2- La prise de contact <ol style="list-style-type: none"> a. Les clefs de communication selon la typologie client b. Optimiser ses appels téléphoniques et ses rendez-vous physiques 3- La découverte <ol style="list-style-type: none"> a. Découvrir les enjeux de son interlocuteur b. Ecoutez activement c. Identifier les pièges de la communication 4- L'argumentation <ol style="list-style-type: none"> a. Pratiquer la méthode C.A.B.P pour développer son argumentation b. Apprendre à argumenter en fonction du profil de son client 5- La réponse aux objections <ol style="list-style-type: none"> a. Comprendre pourquoi le client objecte b. Traiter les objections 6- L'engagement client <ol style="list-style-type: none"> a. Savoir conclure sa vente b. Intégrer le chemin qui fabrique un client fidèle |

| | | | |
|--|-------------------------------|--|--------------|
|  | PROGRAMME DE FORMATION | | E-01 |
| | Crée-le : 12/06/2019 | Révisé le : 11/05/2021 Révision : 1 | Page 2 sur 3 |

N° E01-15
Date : 08/09/2021
Rev

Gagner des clients avec les 6 étapes fondamentales de la vente

| | |
|-------------------------|--|
| | <p>3. Clôture de la formation :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quiz d'évaluation des acquis • Les engagements à l'action • Feedback / évaluation de la formation |
| DUREE | <ul style="list-style-type: none"> • 1 jour • 7 heures |
| DELAI D'ACCES | <ul style="list-style-type: none"> • 15 jours à compter de la demande du bénéficiaire et selon les agendas respectifs. |
| PROFIL DES INTERVENANTS | <ul style="list-style-type: none"> • Formateur confirmé • Maitrise des processus qualité client • Maitrise de la communication interpersonnelle et de la relation client |
| MODALITÉS D'ÉVALUATION | <ul style="list-style-type: none"> • QCM |
| NOMBRE DE PARTICIPANTS | De 2 à 8 participants |
| DATE | <ul style="list-style-type: none"> • A définir avec l'entreprise bénéficiaire |
| LIEU | <ul style="list-style-type: none"> • Lieu de l'entreprise ou location de salle de formation |
| METHODES MOBILISEES | <p>Moyens techniques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ordinateurs • Vidéoprojecteurs • Paperboard • Tableau blanc • Post-it <p>Méthodes pédagogiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • méthodes d'apprentissage interactives stimulant la participation des stagiaires • apport de contenu théorique via un support d'animation ppt reprenant les concepts clés • pédagogie inversée • ludopédagogie : jeux physiques et digitaux • entraînement et mise en situation via des jeux de rôle et des études de cas pratique. |
| COUT DE FORMATION | <ul style="list-style-type: none"> • A partir de 1380 € HT* /groupe de 8 stagiaires maximum |

| | | | |
|--|-------------------------------|--|--------------|
|  | PROGRAMME DE FORMATION | | E-01 |
| | Crée-le : 12/06/2019 | Révisé le : 11/05/2021 Révision : 1 | Page 3 sur 3 |

N° E01-15
Date : 08/09/2021
Rev

Gagner des clients avec les 6 étapes fondamentales de la vente

| | |
|--|---|
| | * tarif à adapter selon le projet de l'entreprise et le nombre de stagiaire à former |
| FORMALISATION A L'ISSUE DE LA FORMATION | <p>Chaque participant reçoit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un PDF reprenant les apports théoriques des domaines de compétence étudiés au cours de la formation et/ou des fiches outils sur les principaux concepts clés (fiche cartonnée en format A6) - Un certificat de réalisation - Un certificat de fin de formation (validation des acquis) - Les feuilles d'émergence |
| ACCESSIBILITE | Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Chaque handicap étant spécifique, contactez-nous pour valider les modalités d'accès. |
| CONTACT | <p>☎ Frémondrière Hélène 📞 06 28 89 43 05 ✉ hfr.helan@gmail.com</p> |