

► Public

Commerciaux en visites clients

► Méthode pédagogique

Les entraînements et les simulations téléphoniques sont réalisés par les stagiaires, enregistrés et vidéoscopés, puis commentés.

Les mises en situation alternent avec la théorie.

Leur analyse permet à chaque stagiaire d'élaborer son diagnostic.

Chaque stagiaire analyse ses forces et ses faiblesses intitulés :

- Points forts sur lesquels s'appuyer
- Axes d'amélioration

à l'aide de :

- son auto-évaluation à l'issue des études de cas
- celle du groupe régulée par le formateur
- la synthèse du formateur et ses prescriptions

A la fin du stage, chaque stagiaire élabore son PPP (Plan de Progression Personnel) comprenant :

- son auto-évaluation
- ses engagements de progression
- son plan d'action et de pérennisation

► Durée

2 journées +

1 journée d'atelier

éloignée dans le temps

► Budget

1.250 euros HT la journée

► Nombre de participants

Groupe de 8 stagiaires

► Contact

Pour recevoir le programme ou être conseillé(e), appelez au **06.07.42.69.27**

Objectifs

- Savoir préparer sa visite : 80 % de la réussite de l'entretien correspondent aux 20 % du temps passé à le préparer
- Savoir se présenter, être apprécié, être accepté (gagner son statut, gagner la confiance)
- Prendre ses marques, établir des règles du jeu, définir le cadre de l'entretien et obtenir la disponibilité du prospect
- Créer un climat, ne pas brûler les étapes, respecter la règle des « 20/80 »
 - 80 % d'écoute / réception
 - 20 % de temps de parole / émission
- Acquérir les méthodes, techniques et outils de l'entretien en clientèle et gagner en assurance
- Maîtriser les techniques de vente en clientèle et les réflexes adaptés aux différentes réactions des clients
- Connaître et reconnaître ses forces et ses faiblesses ; mettre en place un plan d'action personnel de progrès

Thèmes étudiés

- La préparation de son rendez-vous :
 - Se fixer un objectif précis
 - S'informer préalablement
- Les particularités de la vente en clientèle
- règles d'or de la vente en clientèle :
 - Auto-évaluation du niveau de compétences
- Les règles d'or de la communication avec le client
 - La communication non verbale : attitudes, gestes, regard, sourire
 - Les règles de courtoisie
 - Les erreurs à ne pas commettre
 - Comment donner une image de disponibilité et de dynamisme ?
- Le look de l'emploi : mon image, c'est celle de mon entreprise
 - Cohérence entre l'image d'entreprise et l'image personnelle
- Les étapes de l'entretien :
 - La présentation et l'amorce de l'entretien
 - La découverte du client
 - L'argumentation spécifique
 - L'annonce du prix
 - La signature du contrat, l'achat ou l'engagement
 - La prise de congé
- Les techniques de vente en clientèle :
 - La méthode AIDA
 - Les différentes formes d'écoute et de questionnement
 - L'entretien dirigé, la technique de l'entonnoir et la reformulation
 - L'argumentation spécifique adaptée aux besoins exprimés du client
 - Les techniques de réponses aux objections
- La conclusion
 - Les conditions pour conclure : utiliser l'alternative, s'engager, différer la conclusion et obtenir un accord partiel de principe et des coordonnées de prospects
- L'analyse de sa visite en fonction de l'objectif fixé et de la conclusion
- Le suivi et le contrôle après la visite et/ou après la vente
- L'auto évaluation et le contrat d'engagement individuel
 - Le Plan de Progression Personnel (PPP Egostyle)