

Savoir convaincre et se différencier avantageusement des offres concurrentes

OBJECTIFS

- Élaborer une stratégie de vente efficace
- Déterminer la valeur ajoutée de son offre globale
- Démontrer la justesse de son offre
- Savoir convaincre et faire adhérer

PROGRAMME

Méthode de vente et outils d'analyse

- Les 4 phases du processus d'achat : gestion des attentes, gestion des choix, gestion des inquiétudes, gestion de projet
- Les 3 phases du processus de vente : découverte des attentes et argumentation, accompagnement de la prise de décision, conclusion et suivi de la vente
- Les 2 types de méthodes de vente : pull/ push
- Les outils de diagnostic d'analyse de compte

Les étapes du processus de vente

- La préparation de l'entretien de vente
- L'ouverture de l'entretien
- Identifier les motivations d'achat, besoins et enjeux de ses interlocuteurs
- Argumenter et Convaincre en se différenciant des offres concurrentes
- Conclure pour obtenir un engagement définitif
- Mettre en œuvre le processus de suivi, gestion de projet

CODE TEC06

Public

Commerciaux juniors, chargés de projet

Pré-requis

Avoir une connaissance minimale de l'offre globale et de celle de ses concurrents principaux

Démarche pédagogique

Participative et inductive
Exercices et jeux de rôle, utilisation ponctuelle de la vidéo
Appréciation des acquis de la formation

Durée

21 heures (3 jours)
2 jours en présentiel et 1 jour à distance

Nous consulter pour avoir le détail

Tarif inter par personne

Adhérent : 1 500,00 € HT.
Non adhérent : 2 100,00 € HT.

Tarif intra

Nous consulter

La Formatrice : Anne-Caroline FEIST

Directrice de a2c+ FORMATION

Experte en développement commercial et en communication interpersonnelle, Anne-Caroline intervient auprès des équipes des Palais des Congrès et Parcs d'exposition depuis plus de 10 ans.

Toutes ses actions de formations sont réalisées sur mesure.

Elles sont destinées au management opérationnel et aux équipes de vente avec pour objectifs majeurs l'optimisation de la relation client, l'efficacité commerciale et la rentabilité.

