

CONCLURE PLUS DE VENTES

Représentants B2B

Durée : 1 à 2 journées, de 9h à 16h, selon vos besoins

Buts de la formation:

- a) Augmenter les ventes de l'entreprise
- b) Stimuler et motiver les représentants à la vente
- c) Les amener à penser "développement"
- d) Améliorer les habiletés des représentants dans toutes les étapes de la vente
- e) Renforcer les habiletés à "fermer" les ventes

Contenu de la formation:

Quels sont les caractéristiques du marché actuel?

- Comment sont les clients de nos jours ? Quelles sont leurs préoccupations, leurs intérêts, leurs craintes, leurs ambitions ? À l'aide de différentes études de marché, nous découvrirons ce qui fait réagir les clients.

Quelles sont les attitudes gagnantes des vendeurs à succès?

- La motivation, l'effort, la régularité, la capacité à gérer des priorités, la capacité à s'automotiver et surtout poser régulièrement des actions de développement de nouveaux clients sont autant d'attitudes qui seront valorisées dans ce cours.

Comment développer un argumentaire solide?

- Satisfaire votre client, voilà votre mission principale. Comment le représentant d votre entreprise peut-il y arriver mieux que vos concurrents. Quels sont les principaux arguments de vos produits et services? Les réponses aux principales objections se retrouvent dans vos arguments de vente. Comment les présenter et les faire valoir avec professionnalisme.

Comment et quand solliciter de nouveaux clients?

- Qui cibler ? Comment les approcher ? Quelle méthode utiliser ? Quoi dire ? Quand le faire ? Sont autant de questions que nous répondrons dans le cours.

Les scénarios d'approches :

- La qualité de la sollicitation dépend de la qualité du scénario d'approche utilisé. Nous présenterons notre méthode d'approche en 8 étapes qui permet de faire du "cold call" avec aisance. Nos scénarios d'approches sont simples à utiliser et permettent de capter rapidement l'attention du prospect.

Comment évaluer les besoins du client?

- Que devriez-vous savoir de vos clients ? Quels sont leurs besoins ? De quelles façons pouvez-vous vous rendre indispensable auprès d'eux. Quelles questions faut-il poser pour bâtir le profil du client.

Comment faire une présentation (sales pitch) réussie?

- En présence du futur client, comment se présenter, parler, marcher, bouger, agir, capter son attention,

dire les bons mots bref, gagner sa confiance.

Comment fermer la vente et répondre aux objections?

- Le "closing", le fameux "closing"! Plusieurs parlent trop ou attendent trop avec de closer. Quand closer? Quelles sont les meilleures phrases de "closing"? Comment décoder les comportements du client pour nous aider à closer, etc? Nous présenterons une trentaine de manière de closer, une cinquantaine de réponse aux objections fréquentes dans le domaine de la distribution, des dizaines de trucs pour contourner les objections "j'pas intéressé, je suis satisfait de mon fournisseur actuel, j'avais y penser, j'avais te rappeler, laisse-moi ta carte, etc..." Vous saurez tout sur le "closing" et les objections.

Comment faire un suivi efficace?

- Quand et comment faire un suivi ? À quel fréquence et pendant combien de temps ? sont autant de questions que je répondrai dans ce module.

Les activités de ventes :

- Qu'est-ce qu'un client A, B, C, et comment les gérer selon le cas ?
- Comment gérer nos actions en fonction de nos objectifs de vente ?
- Comment mesurer et augmenter notre taux de closing ?
- Comment mettre la "loi de la moyenne" sur notre bord ?
- Comment la "régularité et la constance" peut être notre meilleur allié ?
- Comment gérer nos suivis de clients (quand, comment, fréquence) ?

Mises en situation et participation interactive des participants.

Logistique et besoins techniques :

- Groupe maximum de 20 personnes
- Disposition de la salle en U
- Tableau à feuilles mobiles

Fourni par Guy :

- Document de formation pour chaque participant
- Crayons
- Attestations