

La relation commerciale pour les non-commerciaux

Date et durée
Code formation : REC02FR Durée : 2 jours Nombre d'heures : 14 heures
Description
<p>La relation commerciale désigne l'interaction entre une entreprise, ses clients ou ses partenaires, allant de la prospection à la fidélisation. Elle implique l'ensemble du personnel de l'entreprise, qu'il soit rattaché au service client, à la qualité des produits ou à la communication.</p> <p>Dans ce contexte, que l'on soit commercial ou non, une compréhension globale de cette démarche permet à chaque collaborateur d'apprécier son rôle pour satisfaire et fidéliser des clients, renforcer l'image de l'entreprise et favoriser sa croissance sur du long terme.</p> <p>L'objectif de cette formation est de développer des compétences fondamentales en techniques de vente. A travers un programme divisé en 4 modules, vous apprendrez à adopter une démarche commerciale en fonction de différents scénarios, à comprendre les besoins de vos interlocuteurs et à communiquer de manière convaincante. Dans un second temps, vous découvrirez comment mettre en valeur des produits ou des services de votre entreprise et à présenter des arguments percutants au bon moment.</p>
Objectifs
<p>Objectifs pédagogiques</p> <ul style="list-style-type: none">• Argumenter la présentation de son produit ou projet en mettant en valeur ses avantages.• Adopter une posture commerciale efficace pour optimiser la vente de vos produits ou projets.• Surmonter ses préjugés sur les techniques de vente.• Maîtriser les phases d'une discussion centrée sur les besoins et les attentes du client.• Présenter son offre de manière structurée et captivante.
Points forts
Des cours axés sur le partage d'expériences, la découverte de nouvelles techniques de communication et de nombreux exercices de simulation.
Modalités d'évaluation
Travaux Pratiques
Pré-requis
Suivre cette formation nécessite le prérequis suivant :
<ul style="list-style-type: none">• être ou avoir été en situation de devoir convaincre ou présenter un produit, un service ou un projet à un client ou à un public.

Cette formation s'adresse aux publics suivants :

- toute personne qui doit présenter un produit, un service ou un projet à des parties prenantes internes ou externes, à des clients, aux responsables de son entreprise et à d'autres publics.

Cette formation s'adresse aux profils suivants

Manager

Chef de projet / Responsable de projet

Chef d'entreprise / Dirigeant

Chef d'équipe / Superviseur

Programme

Module 1 : adoption d'une attitude commerciale

- S'adapter au contexte de chaque présentation (en réunion avec la direction et les autres services, face-à-face avec les clients, etc.).
- Découvrir l'autre et communiquer pour convaincre (l'esprit de négociation).
- Comprendre les besoins (l'art d'écouter et de poser des questions).

Module 2 : présentation de produits ou de service de manière convaincante

- Connaître son offre et déterminer les principaux arguments de vente.
- Identifier les avantages concurrentiels.
- Présenter les bons arguments au bon moment.
- Définir les rôles dans l'argumentation de groupe.

Module 3 : influence et persuasion de ses interlocuteurs

- Identifier son propre profil et celui de son interlocuteur.
- Renforcer son pouvoir de conviction en exprimant son expertise.
- S'approprier les principes pour développer la confiance en soi dans un contexte professionnel (compétence, lucidité, détermination et engagement).
- Apprendre à se centrer sur son interlocuteur (empathie et compétences sociales).
- Développer l'assertivité dans les relations avec les autres
- Prévoir des concessions et des contre-concessions à l'avance
- Répondre aux questions difficiles.

Module 4 : gestion des objections

- Identifier la pertinence des objections.
- Rester calme.
- Connaître les principaux types d'objections et leur signification.
- Anticiper les objections.
- Maîtriser les techniques de traitement des objections (reformulation, redéfinition, etc.).
- Travaux pratiques :
 - simulation d'une présentation de produits ou de services devant des clients ou des collaborateurs internes.