Organisme de formation professionnelle continue
N° agrément : 91 30 03332 30
France : +33 (0)188 24 70 33 / 34
Site : www.oo2.fr
E-mail : contact@oo2.fr

Techniques de vente pour les commerciaux en agence

Date et durée

Code formation : FMB26FR
Durée : 3 jours
Nombre d'heures : 21 heures

Description

A l'issue de cette formation, vous saurez tout de la relation client et des innombrables leviers à votre disposition pour convaincre. Vous serez dès lors en mesure d'atteindre confortablement vos objectifs commerciaux.

Objectifs

Cette formation a pour objectifs de :

- Comprendre les enjeux de la relation client,
- Renforcer la connaissance de sa gamme de produits et services,
- Maîtriser les clés d'un entretien commercial en face à face et à distance,
- Oser le prix et répondre commercialement aux objections,
- Accroître notre efficacité commerciale et développer nos fonds de commerce,
- Devenir un commercial proactif, assertif et agile.

Pré-requis

Aucun

Public

- Nouveaux entrants
- Guichetiers
- Gestionnaires de relation clientèle
- Directeurs d'agence

Cette formation s'adresse aux profils suivants

Responsable Commercial / Marketing
Responsable / Directeur d'agence

Programme

1. **Compréhension des exigences de rentabilité de l'activité commerciale d'une Banque via une relation client réussie**
    1. La constitution du chiffre d'affaires d'une banque commerciale et ses impératifs
    2. Les missions d'un Chargé de Relations avec la Clientèle

3. Les enjeux de la satisfaction client
4. La nécessaire maîtrise de l’offre commerciale
5. Bien gérer sa communication professionnelle (verbale et non-verbale)

2. **Acquisition de réflexes commerciaux sur la base de la connaissance client**
    1. Comment mener un entretien de vente type
    2. Connaître les innombrables leviers commerciaux d’un KYC actualisé (Know Your Customer)
    3. Connaître le principe de l’Approche Globale, de la prescription et de la recommandation
    4. Les spécificités de l’échange commercial par téléphone
    5. Comment s’adapter à la généralisation de la communication commerciale par voie électronique
3. **Etre un commercial proactif, assertif et agile**
    1. De la maîtrise des outils de communication pour une bonne négociation
    2. Savoir traiter les objections des clients ou prospects
    3. Susciter l’acte d’achat
    4. Maîtriser les synergies réciproques entre les segments de clientèle « PRO » et «PRI »
    5. Mettre en place une démarche collective à destination des clients professionnels salariés