

Force de vente E-learning



Objectifs

Cette formation Force de vente vous permettra, au travers de 14 modules et quiz, de préparer au mieux les "Techniques de vente omnicanal".

L'apprenant devra être capable :

- d'utiliser des outils numériques pour augmenter ses ventes en magasin comme à distance
- d'utiliser des outils d'analyse connectés pour identifier sa cible et analyser son marché
- de rendre le client acteur de la vente et de la promotion des produits et des services

Le programme de formation comprend un total de 14 modules avec des quiz formatifs pour chaque module.

Chaque module aborde des sujets spécifiques liés à la force de vente, de la compréhension du processus de vente aux techniques de négociation, en passant par la prospection et la fidélisation des clients.

► **Type de cours :**
Formation à distance

► **Référence :**
COMM-EL

► **Durée:**
15h de formation

► **Lieu :**
à distance

**ATTESTATION DELIVRÉE
EN FIN DE FORMATION**

Pré-requis

Aucun

Public visé

Toute personne souhaitant entreprendre une carrière commerciale.
Commerciaux avec ou sans expérience de la vente.

Méthodes pédagogiques

- Les prérequis techniques sont un navigateur web (Edge, Chrome, Firefox, Safari) et un système d'exploitation (Mac ou PC, smartphone) pour accéder au contenu de la formation.
- Le programme de formation comprend un total de 14 modules avec des quiz formatifs pour chaque module.
- Chaque module aborde des sujets spécifiques liés à la force de vente, de la compréhension du processus de vente aux techniques de négociation, en passant par la prospection et la fidélisation des clients.
- La durée moyenne de la formation est de 15 heures,
- Technologies HTML5 et la norme SCORM.
- Système d'évaluation avec 7 modules de ressources de formation vidéo
- 7 quiz formatifs

Programme du stage

MODULE 1: LA COMPRÉHENSION BASIQUE DU PROCESSUS DE VENTE

- Différents types de cycles de vente
- Vente en B2B ou B2C : modalités applicables et dispositions diverses
- Spécificités de la vente en B2B et en B2C
- La règle des 4 C dans l'univers de la vente
- Plan de vente et les 7 étapes incontournables pour atteindre ses objectifs
- Intéresser prospects et clients avec un elevator pitch commercial
- L'effet de halo dans la démarche commerciale et ses avantages
- Customer Centric Selling
- Omnicanalité et son impact dans l'organisation commerciale
- Motivations et freins à l'achat des clients
- Adopter la vente attitude
- Pratiquer l'écoute active
- Qualité et conditions pour finaliser une vente
- L'empathie comme principale compétence dans le business

MODULE 2: LA PROSPECTION ET LA DÉCOUVERTE CLIENT

- Les 4 étapes indispensables de la prospection client
- 5 règles d'or pour une prospection réussie
- 6 étapes clés pour une prospection commerciale digitale efficace
- Techniques de prospection commerciale efficaces
- Prospection commerciale par recommandation
- Phase de découverte : éviter les a priori
- Méthode QQQCP pour la découverte des besoins clients
- Prospecter et vendre par téléphone
- Pratiques pour conclure une vente avec un prospect difficile
- Éveiller l'intérêt d'un client indifférent
- Plan de découverte pour améliorer les ventes

MODULE 3: LE MARKETING D'AVANT-VENTE

- Bouche-à-oreille et recommandation réussie
- Conseils pour un salon professionnel accueillant
- Stratégie marketing pour vendre en B2C et bonnes pratiques
- Comprendre l'UX (Expérience Utilisateur)
- Outils de communication
- Comprendre son environnement de vente
- Supports de vente et leurs impacts
- Comprendre Google Analytics et les reportings
- Comprendre LinkedIn et les reportings
- Construire sa E-réputation sur LinkedIn
- Traitement des données pour améliorer le processus de vente
- Répondre aux avis positifs et négatifs de Google

MODULE 4: LES TECHNIQUES DE VENTE

- Préparation du premier rendez-vous commercial
- La règle des 4 x 20 pour bien débiter un entretien commercial
- Techniques de questionnement pour mener à bien son entretien de vente
- L'art de la reformulation
- Bon argumentaire commercial
- Réussir sa vente en 10 étapes
- Outils pour mieux vendre
- 3 conseils pour augmenter les ventes
- Meilleures techniques de vente du moment
- Amélioration des techniques de vente
- 13 règles d'or pour conclure une vente
- 10 techniques efficaces pour conclure une vente
- Techniques de vente en magasin pour augmenter le chiffre d'affaires
- Les 8 freins à l'achat les plus courants
- Comprendre les motivations d'achat des clients
- Méthode de vente SIMAC utilisée par de grands groupes internationaux
- Techniques de ventes pour entrepreneurs

MODULE 5: LA PROSPECTION TÉLÉPHONIQUE

- 7 astuces pour améliorer les ventes par téléphone
- Booster sa performance en télévente
- Dépasser ses freins et réussir la téléprospection
- Approche téléphonique pour vendre à un client
- Éviter les erreurs en téléprospection
- Augmenter les prises de rendez-vous en téléprospection
- Script ou guide d'entretien téléphonique
- Réalisation de scripts d'appel efficaces pour atteindre les objectifs

MODULE 6: LA NÉGOCIATION

- Argumentation et traitement des objections fréquentes
- Négociation et défense des marges
- Déjouer les pièges des acheteurs dans les négociations difficiles
- Débloquent une vente
- Erreurs à éviter en négociation commerciale
- Techniques pour réussir ses négociations commerciales
- Techniques de Closing pour remporter des deals grâce au traitement des objections
- Réponses aux objections commerciales fréquentes
- Gestion des objections clients



MODULE 7: L'APRÈS-VENTE ET LA FIDÉLISATION

- Importance de la fidélisation des clients
- Vente pour garantir la fidélité client
- Conseils pour fidéliser un client
- L'écoute : clé de la relation client
- Optimisation de la gestion du portefeuille clients
- Stratégies pour développer son portefeuille client
- Gérer l'après-vente et la fidélisation
- Relation client avec un site web
- Stratégies de fidélisation client en temps de crise
- Gestion du portefeuille clients à l'heure du digital
- Satisfaction client comme technique de fidélisation
- Conséquences de l'insatisfaction client
- Mise en application de la relation client dans l'entreprise
- Enrichissement de la relation client à distance dans une organisation omnicanale
- Importance de l'écoute des clients mécontents ou insatisfaits dans la fidélisation

TEST DE VALIDATION DES COMPETENCES ACQUISES

ATTESTATION DE FORMATION DELIVREE EN FIN DE STAGE