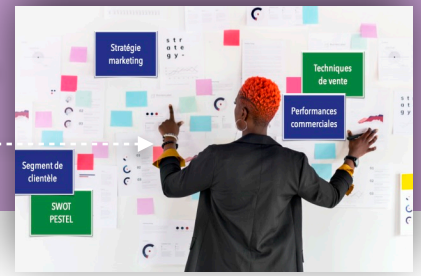


# Optimiser ses performances en vente

MARKETING - COMMERCE



## OBJECTIF DE LA FORMATION

À l'issue de la formation les participants seront capables de reconnaître les différents étapes d'une vente et d'utiliser les outils adéquats pour optimiser les performances

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Alternance d'exposés, d'apports théoriques, d'ateliers de pratique, de recherches, de discussions, de vidéos et de travaux en sous-groupes, et d'échanges d'expériences

Blended-learning avec l'outil interactif KLAXOON : network, meeting, capsule d'informations, parcours, quiz, sondage et brainstorming. Quiz Kahoot et mur collaboratif Padlet

Ludopédagogie avec activités interactives : jeux cadres et à thèmes de THIAGI

Remise d'un support/livret stagiaire avec les contenus abordés sous format PDF pour une mise en pratique

## DISPOSITIFS D'ÉVALUATION

Évaluations formatives durant l'action par divers quiz, travaux pratiques, exercices et études de cas

Évaluation des acquis en fin de formation sous forme de questionnaire (QCM, QCO, QCU)

Évaluation à chaud de l'action de formation réalisée en fin de parcours afin de mesurer le niveau de satisfaction

## VALIDATION

Délivrance d'un certificat Pro Learning niveau 3 après une évaluation des acquis, minimum de points à obtenir : 70/100

## DURÉE

Présentiel : 2 jours, soit 14 heures ; E-Learning : 2 heures

## PRÉREQUIS

Aucun prérequis nécessaire

## MODALITÉS ET DELAIS D'ACCÈS

Accès à la formation 2 semaines à 2 mois selon le dispositif de financement mobilisé (personnel, entreprise, CPF, OPCO)

Inscription définitive après la signature d'une convention ou d'un contrat

Formation en intra ou inter possible

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Distinguer les différentes étapes de la vente
- Employer des méthodes et des outils adaptés
- Développer les ventes additionnelles
- Rassurer et fidéliser les clients
- Concevoir une charte des bonnes pratiques

## PROGRAMME

### ▪ Les 10 étapes de la vente

- La règle des 4x20
- Les motivations d'achat : le SONCASE
- L'écoute active et les différents types de questions
- La prise de notes ou prise de commande
- La reformulation - implication
- L'argumentation APB : Avantage, Preuve, Bénéfice
- Le traitement des objections par le CRAC : Creuser, Reformuler, Argumenter, Contrôler
- Les techniques pour répondre à « c'est trop cher »
- Les ventes additionnelles : complémentaires ou supplémentaires
- La conclusion de la vente

### ▪ Ateliers de pratique et de simulation

- **Visionnage de 6 vidéos** : « à faire et à ne pas faire »
- **Sketchnoting** : les bonnes pratiques dans la vente

Un zoom sur :

- La fidélisation de la clientèle
- La notion de qualité de service

## PUBLIC

Manager et responsable commercial, vendeur conseil et vendeur technique

Référence <b>10-001-02</b>	Tarif <b>Grille tarifaire ou sur devis</b>	Nombre de participants <b>12 à 16 personnes</b>	Lieu <b>Sur site ou à définir</b>	Planning <b>Sur demande</b>	Formateur <b>Dominique KOWALCZYK</b>
-------------------------------	---	--	--	------------------------------------	---



Activité enregistrée sous le n° 32620301162 auprès du préfet de région Hauts-De-France  
Certificat Qualiopi n° FRCM21084, délivré pour les catégories «Actions de formation» et «Bilan de compétences»

Société Coopérative d'Intérêt Collectif par Actions Simplifiées - Siret : 824 395 396 00016 - Capital social : 32 400€ - TVA intracom. : FR92 824 395 396