

Optimiser vos Performances Commerciales : Technique de Vente Polyvalentes pour Divers Environnement - Salon et Marché

Public	Prérequis	Durée	Prix
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Vendeurs ◆ Commerciaux ◆ Entrepreneurs 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Expérience Commerciale ◆ Connaissance Produit 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Durée : 21 H ◆ Intra / Présentiel 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Coût : 2100€

Présentation

Cette formation vise à équiper les vendeurs, commerciaux et entrepreneurs avec des techniques de vente polyvalentes adaptées aux environnements de salon et marché. Axée sur la psychologie de l'achat, la communication persuasive, et l'utilisation efficace des technologies, elle offre une approche pratique et interactive pour optimiser les performances commerciales. Les participants acquerront des compétences clés, des stratégies de clôture efficaces, et des méthodes de suivi post-événement pour maximiser leur impact sur le terrain.

Principaux contenus

- ◆ Module 1: Introduction aux Fondamentaux de la Vente
- ◆ Module 2 : Psychologie de l'Achat et Gestion du Temps
- ◆ Module 3: Techniques de Présentation et Communication Avancée
 - ◆ Module 4: Gestion des Objections et Négociation
- ◆ Module 5: Utilisation des Supports Technologiques en Vente
 - ◆ Module 6: Pratique, Adaptation et Suivi

Modalités et délai d'accès à la formation

- ◆ Intra / Présentiel
- ◆ Possibilité de valider un bloc de compétence
- ◆ Tout au long de l'année, l'accès à la formation se fait sur demande

Après la formation

À l'issue de la formation, les apprenants seront capables de mettre en œuvre des techniques de vente polyvalentes, d'optimiser leur communication persuasive et de gérer efficacement les situations de salon et marché pour maximiser les performances commerciales.

Documents administratifs remis

- ◆ Attestation d'assiduité
- ◆ Certificat de réalisation
 - ◆ Plan d'action
 - ◆ Règlement intérieur
- ◆ Livret d'accueil stagiaire
- ◆ Programme de formation détaillé

Objectifs généraux

- ◆ Maîtriser les Fondamentaux de la Vente : Comprendre les principes de base de la vente et développer des compétences essentielles en communication.
- ◆ Intégrer la Psychologie de l'Achat : Appliquer une compréhension approfondie du processus de prise de décision du client pour créer des interactions plus significatives.
- ◆ Optimiser la Gestion du Temps : Planifier efficacement son temps lors d'événements en salon ou marché, en se concentrant sur les prospects clés.
- ◆ Perfectionner les Techniques de Présentation : Développer des discours de vente percutants, utilisant des outils visuels pour captiver l'audience.
- ◆ Gérer les Objections et Négociations : Identifier et surmonter les objections courantes, tout en utilisant des techniques de négociation adaptées à l'environnement spécifique.
- ◆ Intégrer la Technologie dans le Processus de Vente : Utiliser efficacement les outils technologiques pour améliorer la productivité et la personnalisation de la vente.
- ◆ Mettre en Pratique dans un Environnement Simulé : Appliquer les compétences acquises à travers des simulations de vente, recevant un feedback constructif pour un perfectionnement continu.
- ◆ S'Adapter aux Différents Profils de Clients : Personnaliser son approche de vente en fonction des besoins et caractéristiques variés des clients.
- ◆ Optimiser le Suivi Post-Événement : Mettre en place des stratégies de suivi efficaces pour maximiser les opportunités de vente après les salons et marchés.
- ◆ Développer un Plan d'Action Individuel : Réfléchir sur les apprentissages, identifiant des domaines d'amélioration et élaborant un plan d'action personnel pour optimiser les performances commerciales.

Les plus de la formation

- ◆ Des intervenants qualifiés, aux compétences techniques et pédagogiques actualisées
- ◆ Une formation active et interactive avec des mises en situation sur cas concret
- ◆ Remise d'une documentation complète et ciblée

Mode d'évaluation des acquis

- ◆ Evaluation au fur et à mesure de la progression.
- ◆ Evaluation continue clôturée par des cas concrets.
- ◆ Appréciation par le participant du niveau d'amélioration de ses connaissances et compétences.
- ◆ Suivi régulier par un plan d'action

Accès à la formation

- ◆ Conditions d'accès PSH (Personne en Situation de Handicap) disponible sur notre site internet

Validation

- ◆ La validation de la formation pour le formateur est assurée par l'observation directe des apprenants lors des simulations de vente, l'évaluation de leur application des techniques enseignées et la mesure de leur capacité à atteindre les objectifs spécifiques de la formation.

Accompagnement

- ◆ Le stagiaire se forme sur son lieu d'activité (Intra)
- ◆ En début de formation, le formateur EFPAC évalue ses besoins et lui crée un parcours individualisé en lui fixant des objectifs de formation et d'entraînement.
- ◆ Notre formateur accompagne le stagiaire de façon personnalisée afin d'appréhender les connaissances, de valider les prérequis, de mesurer les compétences et d'étalonner la formation. Les échanges sont permanents avec le formateur.
- ◆ Le formateur accompagne également le/les stagiaires dans leurs travaux pratiques et dans la réalisation de leurs supports.
- ◆ En fin de formation, le formateur valide l'ensemble des travaux, établit le bilan et transmet les résultats de la formation au travers d'un bilan personnalisé accompagné de l'attestation de formation.

PROGRAMME DETAILLE :

Objectif	DUREE
MODULE 1 - Introduction aux Fondamentaux de la Vente	3 Heures
	MOYENS
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Définition des objectifs de vente ◆ Rôle du vendeur dans le processus ◆ Techniques de communication verbale et non verbale ◆ L'importance de l'écoute active 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Ordinateurs portables ◆ Tableau blanc interactif ◆ Supports visuels (projecteur, écrans) ◆ Matériel de présentation (brochures, échantillons)

Objectif	DUREE
MODULE 2 – Psychologie de l'Achat et Gestion du Temps	4 heures
	MOYENS
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Processus de prise de décision du client ◆ Création d'un lien émotionnel avec le client ◆ Planification efficace du temps en salon/marché ◆ Priorisation des prospects et clients 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Ordinateurs portables ◆ Tableau blanc interactif ◆ Supports visuels (projecteur, écrans)

Objectif	DUREE
MODULE 3 – Techniques de Présentation et Communication Avancée	4 heures
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Développement d'un discours de vente percutant ◆ Utilisation d'outils visuels et échantillons ◆ Utilisation de la persuasion dans la vente ◆ Création d'un impact mémorable 	MOYENS
	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Ordinateurs portables ◆ Tableau blanc interactif ◆ Supports visuels (projecteur, écrans) ◆ Matériel de présentation (brochures, échantillons)

Objectif	DUREE
MODULE 4 – Gestion des Objections et Négociation	4 heures
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Reconnaissance des objections courantes ◆ Stratégies pour les surmonter ◆ Techniques de clôture efficaces ◆ Adaptation des stratégies de négociation à l'environnement du salon/marché 	MOYENS
	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Ordinateurs portables ◆ Tableau blanc interactif ◆ Supports visuels (projecteur, écrans) ◆ Matériel de présentation (brochures, échantillons)

Objectif	DUREE
MODULE 5 – Utilisation des Supports Technologiques en Vente	3 heures
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Applications et outils utiles ◆ Maximiser l'efficacité avec la technologie ◆ Collecte et utilisation intelligente des données ◆ Personnalisation de l'approche en fonction des informations recueillies 	MOYENS
	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Ordinateurs portables ◆ Tableau blanc interactif ◆ Supports visuels (projecteur, écrans) ◆ Matériel de présentation (brochures, échantillons)

Objectif	DUREE
MODULE 6 – Pratique, Adaptation et Suivi	3 heures
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Application pratique des techniques apprises ◆ Feedback et ajustements ◆ Analyse des différents types de clients ◆ Personnalisation de l'approche de vente en conséquence ◆ Gestion des contacts après le salon/marché ◆ Maximiser les opportunités de vente post-événement 	MOYENS
	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Ordinateurs portables ◆ Tableau blanc interactif ◆ Supports visuels (projecteur, écrans) ◆ Matériel de présentation (brochures, échantillons)

Les exercices

- ◆ Exercice de Simulation de Vente : Les participants pratiqueront des scénarios de vente réalistes pour appliquer les techniques enseignées, recevant des feedbacks constructifs du formateur et des pairs.
- ◆ Analyse de Profils Clients : Les apprenants étudieront divers profils de clients et élaboreront des approches de vente adaptées à chaque segment, favorisant une meilleure personnalisation.
- ◆ Création d'un Discours de Vente : Les participants développeront et présenteront un discours de vente percutant, intégrant les éléments clés abordés dans la formation.
- ◆ Gestion des Objections en Situation Réelle : Des scénarios d'objections courantes seront présentés, permettant aux apprenants de mettre en pratique les stratégies pour surmonter ces défis.
- ◆ Utilisation d'Applications et Outils Technologiques : Les apprenants exploreront des applications et outils spécifiques pour améliorer leur efficacité lors d'événements en salon/marché, en les intégrant dans des cas pratiques.
- ◆ Planification et Suivi Post-Événement : Les participants élaboreront des plans de suivi post-événement, identifiant des opportunités de vente et mettant en œuvre des stratégies de suivi efficaces.
- ◆ Réflexion et Plan d'Action Individuel : À la fin de la formation, les apprenants réfléchiront sur leurs apprentissages, identifieront des domaines d'amélioration spécifiques et élaboreront un plan d'action individuel pour optimiser leurs performances commerciales..