

LILAU FORMATIONS

INSTITUT-COMMERCE-ARTISANAT.FR

SARLLILAU@GMAIL.COM

TÉL 06 51 38 36 67

PROGRAMME DE LA FORMATION : LES TECHNIQUES AVANCEES DE VENTE

Prérequis :

Sont admis les chefs d'entreprises, TPE-PME, les artisans et les professions libérales, les salariés et les demandeurs d'emploi ayant suivi une première formation en gestion d'entreprise ou une formation commerciale, BAC, BTS, Licence ou Master et ceux pouvant justifier d'une ou plusieurs années de vente et/ou de commercialisation.

Domaine de la formation : Action

de formation : Commercial **Les**

compétences visées :

- Maîtriser les techniques de ventes en face à face les plus optimales
- Eviter les pièges des objections implicites
- Utiliser les émotions dans la vente
- Raconter des histoires qui engagent
- Closer sans efforts et en mode sans échec
- Respecter la vente éthique - Optimiser sa posture
- Utiliser un script dynamique et adaptable à chaque combinaison : produit/prospect/situation d'achat
- Maîtriser la psychologie du consommateur - Amélioration continue des outils de vente

Durée et modalité de la Formation

La formation se déroule en présentiel

70 heures réparties sur 10 journées de 7 heures

Les moyens pédagogiques :

- Un formateur unique qui réalise l'ensemble des séances en face à face et qui est joignable par une ligne téléphonique dédiée et par courriel pour accompagner le stagiaire et répondre à ses questions durant toute la durée de la formation.
- 8 livrets thématiques couvrant l'ensemble des aspects théoriques et pratiques de chaque partie de la formation.

LILAU FORMATIONS

INSTITUT-COMMERCE-ARTISANAT.FR

SARLLILAU@GMAIL.COM

TÉL 06 51 38 36 67

- L'accès aux ressources du site pédagogique Institut-commerce-artisanat.fr, cours, études de cas, modèles de plans commerciaux, de scripts de vente et de documents marketing.
- Exercice et /ou test de connaissance pour s'assurer de la bonne assimilation des connaissances et de la capacité du stagiaire à réaliser effectivement les objectifs de la formation et mises en situation.

Les moyens pédagogiques :

- Un formateur unique qui réalise l'ensemble des séances en face à face et qui est joignable par une ligne téléphonique dédiée et par courriel pour accompagner le stagiaire et répondre à ses questions durant toute la durée de la formation.
- livrets thématiques couvrant l'ensemble des aspects théoriques et pratiques de chaque partie de la formation.
- Une présentation avec planches support de cours qui structurent chaque séance.
- L'accès aux ressources du site pédagogique Lilauform.fr
- exercice et/ou test de connaissance pour s'assurer de la bonne assimilation des connaissances et de la capacité du stagiaire à réaliser effectivement les objectifs de la formation et mises en situation.

Modalités et délais d'accès

La convention de formation doit être signée 15 jours avant le début de la formation.

Elle peut être remise directement au conseiller Lilau lors du rendez-vous préalable d'information ou envoyée par courrier au siège de Lilau : 21 bis rue du Simplon 75018 Paris

Information et prise de rendez-vous, contact de la formation :

Lia Pisani au 06 51 38 36 67

Ou sur notre site Internet : Lilauform.fr

Lieu de la formation

Siège de l'entreprise du stagiaire ou à distance.

Modalités d'évaluation :

Tests et exercices à réaliser durant les séances de formation.

Tarif

2940 € TTC (TVA non applicable)

Accessibilité aux personnes handicapées

Oui

Contact

Lia Pisani

Sarllilau@gmail.com

LILAU FORMATIONS

INSTITUT-COMMERCE-ARTISANAT.FR

SARLLILAU@GMAIL.COM

TÉL 06 51 38 36 67

06 51 38 36 67

21 bis rue du Simplon 75018 Paris

Résultats de la formation

Taux de satisfaction des stagiaires ayant suivi cette formation :

100%

Taux de validation de la formation (non certifiante)

100 %

Taux d'interruption ou abandon de la formation

0%

Nombre de stagiaires 12

Programme détaillé :

Partie 1 : durée 7 heures

- Créer un lien amical et professionnel avec le prospect
- La posture
- La voix
- Le rythme
- Le niveau d'interaction
- Le temps d'écoute et de parole optimum
- La transition vers la vente
- Réparer les relations mal entamées
- Repérer le profil d'achat
- Principes de PNL pour la vente : effet miroir et ancrage.

Partie 2 : durée 7 heures

- Aller au-delà de la qualification et obtenir les informations qui valideront la vente
- La qualification classique est toujours utile
- Les besoins, les moyens, les usages, le contexte et le prescripteur
- Les besoins cachés
- Les désirs inavoués
- Les expériences passées avec cette catégorie de produits et de services
- Les attentes indispensables - Les éléments adaptables - Le déclencheur de l'achat
- Le fixateur de l'achat
- Adapter sa présentation dès la phase de questions : l'effet entonnoir

LILAU FORMATIONS

INSTITUT-COMMERCE-ARTISANAT.FR

SARLLILAU@GMAIL.COM

TÉL 06 51 38 36 67

Partie 3 : durée 7 heures

- L'Art de la présentation : la grande valeur personnalisée
- Une transition douce
- Ramener le client sur la voie de l'achat
- Hiérarchiser les déterminants
- Attaquer par le plus important - L'importance de la redondance
- Répondre aux objections formelles, implicites et probables A L'Avance
- Articuler les services annexes et les spécificités produits avec cet élément
- Le meilleur modèle de présentation
- La proposition unique de vente centrée sur l'objectif client principal
- Les bonus
- Les déclencheurs de l'achat immédiat
- Les avantages annexes
- Transition vers le closing

Partie 4 : durée 7 heures

- Requalifier le prospect, préparer le closing et closer - Requalification avant de closer
- Tester la disponibilité d'achat immédiat/ différé
- Les techniques de closing (20 modèles puissants)
- Le script de vente et le closing
- La meilleure façon de s'entraîner : closer chaque partie de la vente tout le temps

Partie 5 : durée 7 heures

- Les principes de la vente éthique
- Les 4 principes
- La mesure des moyens réels du prospect
- L'adaptation du budget
- Reconnaître un risque de vente forcée
- Valider chaque étape avec bienveillance
- S'assurer des capacités d'utilisation du produit
- L'utilité matérielle et symbolique du produit
- Parler des autres options avec éthique : concurrents, autres solutions...

Partie 6 : durée 7 heures

- Les fondamentaux du storytelling
- La structure du récit
- Les mots qui vendent
- Les expressions qui réchauffent la vente
- Les mots à bannir
- Les expressions à ne plus utiliser
- La puissance de l'image
- Le rôle de l'interaction
- L'image de la marque dans chaque récit
- Comment construire un récit pour chaque objectif : le closing, répondre aux objections, fidéliser....

LILAU FORMATIONS

INSTITUT-COMMERCE-ARTISANAT.FR

SARLLILAU@GMAIL.COM

TÉL 06 51 38 36 67

Partie 7 : durée 7 heures

- La vente émotionnelle
- Les déterminants objectifs des émotions - L'enthousiasme du vendeur et de l'acheteur
- Les gratifications de l'achat, du produit et des services
- Les différents segments de clients et de produits et les émotions clés associées
- Le principe du don et sa puissance en vente

Partie 8 : durée 7 heures

- Sécuriser la vente
- Les ventes additionnelles
- Les abonnements
- Obtenir des références
- Fidéliser dès la première vente
- Défendre l'image de la marque du début à la fin
- Demeurer enthousiaste et motiver vente après vente

Partie 9 : durée 7 heures

- Les caractéristiques de l'acte d'achat
- Les enjeux de l'achat
- Les déterminants : cognitifs, conatifs et affectifs
- Les implications sociales de l'achat
- La dimension éthique de l'achat

Partie 10 : durée 7 heures

- Utiliser la technique des objectifs dans la vente
- Modestie et renforcement des compétences
- Les évolutions du consommateur : immunisation continue aux techniques / changement des aspirations collectives et individuelles / cognition
- Accumulation organisée de l'expérience dans la vente
- Les documents essentiels à compléter : (bénéfices clients demandés / script de vente / principale objections...)
- Les outils de formation continue en vente
- Favoriser l'apprentissage collectif dans son entreprise

Des tests de connaissances et des exercices pratiques (mise en situation, rédaction de script de vente, de liste des objections courantes, d'histoires d'engagement, de liste de bénéfices clients et des avantages entreprise...) seront réalisés par le stagiaire et évalué par le formateur.