



Les fondamentaux de la vente

Cette formation a pour but de transmettre à votre V.I.E les fondamentaux de la prospection commerciale, pour lui permettre de mener sereinement et efficacement les actions commerciales terrain à l'étranger.



CETTE FORMATION VOUS INTÉRESSE ? CONTACT :

Pierre LAPADJIAN

Responsable recrutement et formation
04 88 92 58 94 - p.lapadjian@imedfr.org



UNE FORMATION IMED

- **DURÉE :**

Formation sur deux jours, 9h-18h.

- **EFFECTIF :**

Un nombre maximum de dix participants pour favoriser les échanges et les mises en pratique.

- **PUBLIC ET PRÉREQUIS :**

Formation à destination des V.I.E temps plein qui ont besoin d'améliorer leurs techniques de vente. Aucun prérequis.

- **DATES:**

2 sessions annuelles : 23 et 24 mars 2022 et le 14 et 15 septembre 2022, sous réserve d'un nombre de participants suffisant.

- **METHODES PÉDAGOGIQUES :**

Mises en situation, exercices pratiques, jeux de rôles, partage d'expériences.

VOTRE EXPERT, ARNAUD CIELLE



Arnaud CIELLE a plus de 30 ans d'expérience professionnelle : d'abord comme responsable marketing au sein d'un grand groupe, puis comme directeur général d'une PME et enfin comme créateur d'entreprise. Il est l'auteur de plusieurs livres, dont « Réussir votre développement commercial » aux éditions Dunod.

PROGRAMME DE FORMATION



PROGRAMME JOUR 1

Matin

- **Comment cibler** : les 3 qualités d'un bon prospect. Pourquoi la pertinence est le critère le plus important. Comment l'appliquer dans votre secteur.
- Comment faciliter sa démarche : **établir des liens** communs avec son prospect. Utiliser efficacement son réseau. Mise en œuvre concrète avec les stagiaires.
- **L'affinité** : pour rajouter de l'enthousiasme et de l'unicité dans sa prospection commerciale. Mise en œuvre concrète avec les stagiaires.
- Le premier contact : comment **réussir sa démarche de prospection commerciale**. La structure d'un « pitch » efficace. Mise en situation avec les stagiaires.

Après-midi

- **Les 5 étapes clés** : les 5 personnages qui se succèdent dans un entretien de vente. L'évolution de notre degré d'empathie tout au long de ces étapes. Pourquoi ces différentes étapes doivent se suivre dans cet ordre et de manière successive.
- Comment créer un **climat de confiance** et se présenter de façon claire et rapide. Les différentes techniques pour briser la glace. Comment rater ou réussir sa présentation de commerciale.
- Réussir la **phase de découverte**. Se préparer pour gagner le droit de questionner. Pourquoi et comment passer le « contrat de découverte ». L'importance des questions ouvertes. Les différentes familles de question. Mise en œuvre avec les stagiaires : conception d'une fiche de découverte.

OBJECTIFS JOUR 1

Cibler un bon prospect - Réussir la démarche de prospection commerciale - Maîtriser les cinq étapes clés d'un entretien de vente - Créer un climat de confiance et se présenter et façon claire et rapide - Réussir la phase de découverte.

PROGRAMME DE FORMATION



PROGRAMME JOUR 2

Matin

- Retour sur la phase de découverte. Nouvelles mises en situation avec les stagiaires.
- Argumenter de façon pertinente et percutante : les trois étapes clés d'une argumentation. Mise en situation avec les stagiaires.
- Le traitement des objections. L'attitude intérieure positive à adopter : l'objectif est un signal d'achat ! Pour quelles raisons faut-il considérer les objections comme des opinions. Les trois étapes du traitement efficace d'une objection. Mise en situation avec les stagiaires.

Après-midi

- Les solutions possibles pour défendre ses prix et ses marges. Comprendre les cinq raisons totalement différentes qui conduisent un client à discuter le prix de notre offre, et les réponses à apporter dans chacune de ces situations. Les clés de base de la négociation.
- Comment conclure et verrouiller une vente. Dans quelle situation la conclusion est-elle la plus évidente. Apprendre à aller chercher et détecter les signaux d'achat. Les différentes postures de close. Comment conclure dans les situations plus difficiles. Mise en situation avec les stagiaires.
- Résumé de la formation avec les stagiaires. Confirmation des engagements individuels.

OBJECTIFS JOUR 2

Argumenter de façon pertinente et percutante - Traiter les objections - Présenter des solutions possibles défendre les prix et les marges - Conclure et verrouiller une vente.

INFORMATIONS PRATIQUES

• LIEU

Imed, 146 rue Paradis, 13006 Marseille.

• TARIFS

Prix adhérent pour ces deux jours : 900 € HT/ personne

• DÉLAIS

Les inscriptions doivent être réalisées 1 mois avant le début de la formation.

• MOYENS TECHNIQUES

Salle, ordinateurs, vidéoprojecteurs, paperboards.

• MODALITÉS D'ÉVALUATION

QCM réalisé en fin de formation.

• ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Les personnes atteintes de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.

• INDICATEURS DE RÉSULTATS

97,5% des participants sont très satisfaits de la qualité de la formation

97,5% des participants pensent que la formation leur a permis de renforcer leurs compétences professionnelles

100% des participants sont très satisfaits du formateur



imed
TALENTS

www.imedfr.org



Avec le soutien de :
RÉGION SUD
PROVENCE
ALPES
CÔTE D'AZUR