

DEVENIR COMMERCIAL

Les meilleures pratiques pour devenir un vrai commercial

Un bon commercial doit savoir s'organiser et prioriser ses actions afin de parvenir à ses objectifs. Ces aptitudes impliquent plusieurs compétences métiers : de la prospection à la vente, en passant par la gestion commerciale, en sachant tenir compte des priorités et en améliorant son niveau de compétence.

Public : Commerciaux et technico-commerciaux ou toute personne débutant ou souhaitant acquérir les fondamentaux et la maîtrise de la fonction commerciale

Pré-requis : aucun

Durée : 1 jour (7 heures)

Groupe : de 2 à 6 personnes

Objectifs :

- Savoir prospecter efficacement pour optimiser l'acquisition de nouveaux clients
- Savoir comprendre les besoins du client
- Savoir négocier en répondant aux objections pour une conclusion efficace
- Conduire son activité commerciale avec méthode

Méthode Pédagogique :

✓ **Présentiel + e-Learning**

- Entraînement individuel et collectif avec **LEADERCRAFT®**
- Méthode séquentielle qui vous permettra de mettre progressivement notre formation en pratique sur le terrain

Moyens pédagogiques :

- ✓ **Serious Game LEADERCRAFT®**
- Tableau blanc
- Vidéoprojecteur
- Connexion Internet

Le+ : continuer la formation avec **LEADERCRAFT®**

SAVOIR SUIVRE SES PROSPECTS POUR EN FAIRE DES CLIENTS

- Mettre en œuvre un suivi méthodique bénéficiant d'outils simples à utiliser
- Ne pas oublier de relancer ses prospects (et ses clients)
- Transformer chaque prospect en client et en prescripteur d'affaires

SAVOIR REPERER LES BESOINS DU CLIENT

- Les questions ouvertes et fermées comme technique d'entretien
- Savoir être en empathie avec l'autre
- Discuter, donner du temps de parole à l'autre, pratiquer l'écoute active et relancer la discussion

PRATIQUER L'ECOUTE ACTIVE

- Savoir ne pas interrompre son interlocuteur et faire, des silences, des outils de communication
- Être attentif à la gestuelle

POUR UNE ARGUMENTATION EFFICACE

- Le bon choix des arguments
- La cohérence de l'argumentation
- Souligner les bénéfices pour le client
- Repérer, anticiper et dépasser les réticences et être convaincant
- Savoir répondre aux objections pour adopter la bonne attitude

SAVOIR CONCLURE

- Faire la synthèse des points de convergence
- Faciliter la prise de décision de son interlocuteur pour qu'il s'engage et pour mieux préparer le prochain rendez-vous