



LES FONDAMENTAUX DE LA VENTE

Objectifs : Comprendre la place du marketing et ses enjeux. S'approprier la démarche et son application pratique. Définir une stratégie marketing d'entreprise

Durée :
14 heures

Public & Pré-requis :

Toute personne souhaitant intégrer du marketing dans ses pratiques professionnelles
Aucun prérequis

Modalités pédagogiques :

Méthode interactive.
Exercices d'application

Modalités de suivi :

Attestation de fin de Formation.
Evaluation.

Profil formateur :

2 à 3 ans d'expérience mini dans le domaine. Et professionnels en poste dans le domaine enseigné

1. Se présenter et présenter son entreprise

2. Découvrir les besoins du client

- Le choix de la cible
- L'ouverture du dialogue
- Poser les bonnes questions pour comprendre les besoins

3. Les règles de l'écoute et de la reformulation

- Comprendre et se faire comprendre
- Les fondamentaux d'une bonne communication
- Les techniques de questionnement
- L'art du silence et le choix des mots

4. Construire ses arguments et son argumentation

- Le produit
- Le prix
- La distribution
- Structurer et choisir ses arguments pour montrer que mon produit ou mon service répond aux attentes

5. Conclure l'entretien de vente

- Savoir répondre aux objections et obtenir l'engagement

6. Analyse de l'entretien de vente

7. Suivi des prospects

- Assurer un suivi efficace pour augmenter ses ventes

Nos + sur cette formation :

Possibilité d'adapter les exercices à l'entreprise