



Organisme de **F**ormation **E**uropéen **L**inguistique et **I**nformatique

COMPORTEMENT COMMERCIAL

<p>Présentation :</p> <p>Le service administration des ventes comme les techniciens du service après vente ou les hot liners contribuent fortement à l'image de marque de l'entreprise. Dans une organisation orientée client, il est indispensable de développer les compétences relationnelles de tous les collaborateurs en contact avec les clients afin qu'ils adoptent un comportement commercial. Mieux armés, ils contribueront efficacement à la satisfaction, et donc à la fidélisation du client.</p> <p>Durée :</p> <p>A déterminer au travers d'un audit personnalisé</p> <p>Objectifs :</p> <p>Selon Audit</p> <p>Pré requis :</p> <p>Aucun</p> <p>Public :</p> <p>Tous</p>	<p style="text-align: center;">PROGRAMME :</p> <p>PREPARATION</p> <ul style="list-style-type: none">- Le style du vendeur et les qualités qu'il doit développer- La préparation du processus de réussite commerciale- Se mettre en situation de confiance pour réussir une vente : avoir une attitude mentale et physique positive- Définir le " bon " objectif avec les 3 types de critères qui le rendent motivant, dynamisant et réalisable- Concevoir une stratégie pertinente : les actions à mener, les comportements à adopter <p>LE PREMIER CONTACT</p> <ul style="list-style-type: none">- Identifier et prendre en compte le contexte professionnel du client, ses attentes, ses besoins...- Le premier contact : les mots et les attitudes qui mettent en confiance,- Se mettre sur la même longueur d'onde (se "syntoniser") : verbalement et non verbalement- Capter l'attention- Se présenter et présenter son entreprise de façon valorisante. <p>LE DIALOGUE</p> <ul style="list-style-type: none">- L'écoute active : l'analyse du langage verbal et non-verbal- Le langage d'influence : les mots stratégiques- Les techniques de questionnement- Les méthodes de re-formulation.- Répondre aux objections sans agressivité- Analyser les attentes et les problèmes du client en se centrant sur l'essentiel et sur la recherche de solutions.- Présenter commercialement une solution technique.- Conclure son intervention en laissant une bonne impression.- La conclusion : faire évoluer le client vers la décision, s'engager personnellement, repérer les indicateurs de décision, conclure avec élégance quelle que soit la décision du client- Les principales causes d'échec d'une négociation
--	---

OFELI – SARL au capital de 7500€

26, Rue des Rigoles – 75020 PARIS

Tel : 01.43.60.39.22 Fax : 01.43.60.35.91

Siret : 488 148 933 00010 No de déclaration : 1175 40502 75

www.ofeli.fr

GERER LES SITUATIONS DIFFICILES

- Savoir désamorcer une tension
- Savoir dire "non" tout en préservant la relation
- Identifier les causes d'une insatisfaction et y répondre
- Savoir recevoir une critique et y répondre
- Comment répondre aux objections les plus courantes : prix, choix, qualité, concurrence...?

FIDELISER UN CLIENT

- Entretenir une relation de confiance
- Assurer un service après-vente de qualité
- Anticiper les évolutions du client