

Séminaire Perfectionnement aux techniques de vente

Vendre aux clients difficiles

3 jours

“ Le secret pour marcher sur l'eau, c'est de savoir où sont les pierres. ”
Herb COHEN

Programme

9 participants maximum

Choisir le juste positionnement

- Se différencier d'emblée par un positionnement différent des commerciaux concurrents,
- Se "conditionner" pour instaurer une relation "d'égal à égal",
- Elaborer son propre "pitch" : démontrer rapidement son professionnalisme,
- Répondre aux questions que se posent vos clients sans jamais oser les formuler...

Travail avec chaque participant sur son positionnement personnel.

Démontrer son expertise par la qualité de son diagnostic

- Construire sa stratégie d'entretien et d'exploration des pistes de collaboration,
- Décrypter les réponses pour identifier les besoins objectifs et subjectifs,
- L'apport des métaprogrammes appliqués aux situations commerciales.

Elaboration par chacun d'une stratégie de questionnement à utiliser lors de son prochain entretien à enjeu.

Renforcer l'impact de son discours

- Comprendre les principaux leviers de l'influence : les chemins qui mènent à la décision,
- Les techniques oratoires les plus percutantes pour convaincre les clients les plus "blasés",
- Les atouts des approches paradoxales.

Transposition et entraînement sur les offres à valoriser en priorité.

Traiter les objections avec souplesse

- Recensement des objections rencontrées quotidiennement par les participants,
- Présentation d'une méthode efficace pour répondre sans arrogance ni faiblesse.

Transposition et entraînement sur la liste d'objections de chaque participant.

Aborder sereinement la question du prix

- Limiter les risques de "négociation" par une présentation décomplexée du prix et des conditions,
- Préparer la présentation du prix tout au long du cycle de vente,
- Les techniques pour renforcer la légitimité de la politique tarifaire,
- Traiter les objections spécifiques au prix et aux conditions.

Formalisation par chacun des éléments favorables à une présentation efficace de ses prix et conditions de vente.

Conclure son entretien de vente

- Une méthode pour passer de la phase "conseil" à la conclusion de la vente,
- Quelques "boosters" pour doper la conclusion de la vente,
- Les erreurs à éviter après la conclusion, qu'elle soit positive, différée ou négative.

Transposition et entraînement sur le cas de chaque participant.

Dates des séminaires à Paris :

8-9-10 février 2012

11-12-13 avril 2012

6-7-8 juin 2012

4-5-6 juillet 2012

26-27-28 septembre 2012

14-15-16 novembre 2012

Investissement par participant :
2 180 € HT + forfait repas : 81 € HT
Option suivi eLearning « Méthode LEAD® » :
accès aux 5 modules pendant 6 semaines : 250 € HT
Pour réserver votre participation,
contactez-nous au : **01 30 61 98 05**
ou par mail : alexandra.delorme@halifax.fr

- Développer sa performance commerciale
- Articuler ses entretiens de vente face à des clients hyper-sollicités
- Maîtriser les leviers de la persuasion pour emporter la décision

Les plus de ce séminaire

■ Une individualisation unique

La dimension du groupe permet au consultant de "challenger" chaque participant.

Pour les participants qui le souhaitent, les consultants organisent des entraînements individuels, le matin et en fin de journée, hors des horaires collectifs du séminaire.

Il joue alors le rôle d'un client du participant, dans son secteur d'activité. L'entretien est filmé et fait l'objet d'un debrief détaillé en face à face avec le consultant.

Chaque participant peut ainsi repartir avec son mini DVD sur lequel est gravé son entretien.

■ La dynamique

Au-delà de ses objectifs explicites, ce séminaire a également pour ambition de dynamiser les énergies en décuplant le plaisir de la vente.

■ Les contenus

L'objet de ce séminaire est d'apporter une approche complète de la vente, en allant aussi au delà des fondamentaux pour aborder des contenus innovants.

■ L'adaptation

Tous les concepts proposés sont transposés sur les cas particuliers des participants.

Les participants quittent le séminaire avec des outils déjà éprouvés et transposés sur la préparation de leur prochain entretien à enjeu.

Nouveau



En option, pour approfondir et retravailler la méthode LEAD®, 5 modules eLearning avec des exercices pratiques et des vidéos. Les modules, d'une durée de 40 minutes chacun, sont accessibles pendant 6 semaines après la formation.

■ Ce séminaire est pour vous si :

- ▶ Vous évoluez dans un secteur très concurrentiel.
- ▶ Vous souhaitez franchir un cap dans la maîtrise des méthodes de vente.
- ▶ Vous avez envie de participer à un séminaire dense en contenus et en entraînements.

■ Ce séminaire est animé en alternance par Philippe Beaupré et Lionel André



45 ans, diplômé de l'École Supérieure de Commerce de Dijon, certifié MBTI. Philippe a effectué une carrière de 10 ans dans la vente informatique, en tant que Commercial, Chef des Ventes, puis Responsable de l'École des Ventes Xerox.

Il a ensuite rejoint le monde du conseil en efficacité commerciale dans un important cabinet de formation puis de conseil RH (Right) avant de retourner à l'opérationnel à des postes de Direction Commerciale France chez Mediapost puis DHL, et de Direction Générale de PME.



38 ans, Diplômé de l'ISEG Toulouse (Institut Supérieur Européen de Gestion).

Lionel a démarré sa carrière dans le textile habillement à des fonctions logistique et achats chez Catimini avant d'occuper des fonctions de Direction commerciale puis Direction générale pour la marque de confection de maillots de bain Caroline.

Il a monté ensuite la filiale de Calberson (Transport logistique) au Maroc avant de rejoindre le monde du conseil et de la formation commerciale et management depuis plusieurs années.

L'ouvrage "**Vendre aux clients difficiles**", écrit par Nicolas Caron, Directeur Associé, co-fondateur d'HALIFAX est remis aux participants (Éd. Dunod, Plus de 25 000 exemplaires vendus).

