

L'ARGUMENTATION COMMERCIALE

■ OBJECTIFS : Permettre aux apprenants, à l'issue de la formation, de maîtriser les différentes étapes de la vente. Appliquer ces connaissances pour l'accueil et la vente.

■ PUBLIC : Personnes en charge du relationnel clients et chargé de la vente.

■ PRE-REQUIS : Connaissances de l'environnement économique et social de l'entreprise . Pratique de la vente.

■ LIEU DU STAGE : H&C CONSEIL

■ FORMATEUR : Professionnel confirmé dans l'exercice de ses fonctions, compétences pédagogiques à mettre en œuvre les formations.

■ DUREÉ DE LA FORMATION : 21 heures

■ METHODOLOGIE ET MOYENS PÉDAGOGIQUES : Exposés théoriques et cas pratiques basés sur les données concrètes de l'entreprise .

■ SUIVI ET ÉVALUATION : Evaluation en cours de formation sur des cas pratiques.
Attestation de fin de formation.

■ CALENDRIER : Consultez notre site.

Que veut dire « argumenter ? »

- Principes et règles d'une argumentation.
- Comment capter le client ? Les avantages de l'acheteur.
- Le confort.
- L'apparence.
- Les performances.
- Le temps.
- L'économie.
- La sécurité.

Les trois facteurs qui influencent l'acte d'achat :

- Les motivations.
- Les mobiles.
- Les freins.

La pratique de l'écoute active .

La mise en œuvre d'un questionnement structuré.

- SONCAS .
- REPONSES .
- SIMAC .

L'analyse produits.

- Les faits relatifs aux produits.
- La détermination des avantages .
- L'interprétation des avantages.

Les attitudes et les comportements.

- Avant l'entretien.
- Pendant l'entretien.
- L'analyse post-vente