

# VENTE ET NÉGOCIATION POUR EXPERTS ET CADRES NON COMMERCIAUX

## AXES DE TRAVAIL

- **Renforcer son impact personnel en s'adaptant aux différents profils :**
  - adapter sa communication aux différents profils et à ses différents interlocuteurs clients
  - adapter son comportement en fonction de son objectif, de l'interlocuteur et de la situation.
- **Développer l'écoute active :**
  - pratiquer l'écoute active, développer l'empathie
  - l'art de préparer le contact avec le client
  - l'art de questionner avec précision : questions ouvertes, questions fermées
  - l'art de relancer l'entretien avec le client pour mieux le satisfaire.
- **Développer des attitudes commerciales :**
  - être conscient de sa valeur ajoutée commerciale
  - découvrir les besoins des prospect/client grâce à la méthode SONCAS
  - maîtriser sa communication verbale et non verbale
  - faire une offre argumentée, repérer les signaux et les freins à l'achat
  - appliquer les techniques essentielles du traitement des objections.
- **Proposer et valoriser une solution :**
  - comprendre les principaux leviers de l'influence : les chemins qui mènent à la décision
  - les techniques oratoires qui structurent le discours pour le rendre plus convaincant
  - l'argumentation structurée : avantages, preuves, bénéfices personnels, questions de contrôle.
- **Gérer des situations commerciales délicates :**
  - mettre un problème sur la table en évoquant des faits
  - élaborer des solutions (trouver des compromis mutuellement satisfaisants)
  - choisir le juste comportement dans les situations clients les plus difficiles
  - assumer les erreurs ou les contradictions de sa propre entreprise
  - s'affirmer et défendre ses choix en préservant la relation avec le client.
- **S'affirmer dans un contexte de réunion, de prise de parole en groupe :**
  - gérer sa participation en réunion (quand, comment intervenir, les précautions oratoires)
  - amener plusieurs interlocuteurs vers une solution
  - intervenir en réunion pour vendre une idée, un projet, une solution, un budget.



## MÉTHODE

Analyse des situations vécues par les participants, simulation d'appels, études de cas, travail sur les cas concrets.

Durée : 2 jours    DIF : 14 heures

## OBJECTIFS

- Maîtriser les contraintes propres au téléphone afin d'en faire un instrument performant de communication
- Garantir un traitement professionnel des appels entrants comme des appels sortants
- Préparer ses entretiens téléphoniques de façon efficace
- Adopter les attitudes nécessaires à une relation de qualité
- Résoudre les problèmes posés et gérer l'agressivité

## CONTACT GL CONSULTING:

contact@glconsultin.fr - 01 84 73 05 81

## POUR QUI ?

Tous les collaborateurs amenés à utiliser le téléphone dans leur contexte professionnel.