

Amélioration de la performance
des hommes et des équipes

- u Conseil
- u Formation
- u Coaching

Vendre en période difficile

Contexte:

*La crise économique apporte quotidiennement son lot de mauvaises nouvelles. Augmentation des déficits, augmentation du chômage, baisse des investissements industriels, etc....
Et si derrière ces situations se cachaient des réelles opportunités commerciales. Une citation célèbre à méditer **No pain ! No Change ! – Pas de douleur ! Pas de changement !**
Il y aura plus d'opportunités pour ceux qui seront formés à les saisir.*

Pour les commerciaux, ces difficultés se traduisent par des remarques fréquentes.

- *C'est difficile d'intéresser les clients qui ont moins de moyens*
- *Comme il y a peu d'affaires, les négociations sont difficiles parce que les acheteurs en profitent*
- *Quand on fait de la chasse ou de la prospection ce n'est pas facile*
- *Il y a des projets mais ils ont du mal à sortir*
- *C'est déjà difficile de faire des prévisions mais en période de crise c'est impossible*
- *De toute façon aujourd'hui c'est simple ! Les clients font le minimum et attendent.*

Participants :

- § Commerciaux sédentaires, vendeurs terrain, vendeurs de matériels et solutions
- § Toute personne chargée de vendre

Objectifs :

A l'issue de cet « Entraînement aux techniques de vente en période difficile » le stagiaire sera capable de :

- Mobiliser efficacement son attention sur la recherche des opportunités commerciales
- Comprendre les ressorts de la vente en temps de crise pour adapter son action
- Maîtriser les bases de la vente concurrentielle
- Améliorer sa pratique commerciale

Programme :

- *Comment les clients décident en période de crise ?*
 - Quelles sont les étapes du processus d'achat chez les clients ?
 - Qu'est-ce qui change ou va changer pour en tirer partie ?
 - Comment aligner le processus de vente sur le processus d'achat du client pour être plus efficace?

- *Quelles sont les principales opportunités actuelles ?*
 - Quels sont les besoins pour lesquels vous avez des réponses et que la "crise" va développer chez vos prospects?

- *Comment prospecter efficacement quand les clients sont très sollicités?*
 - L'approche téléphonique des prospects et des clients existants.
 - Le rendez-vous de prospection
 - Comment intéresser les clients qui ont moins de moyens et qui sont très sollicités ?
 - A faire et à éviter dans la phase « **contact** »

- *Comment faire une découverte efficace pour trouver des opportunités chez le client ?*
 - Quelles sont les informations prioritaires à découvrir ?
 - § Besoins, enjeux, sponsors, décideur, priorités
 - Comment amener les prospects à prendre conscience et à parler de leurs difficultés?
 - Comment se servir des difficultés de vos clients pour vendre ? Pas de douleur ! Pas de changement

- *Comment convaincre de l'intérêt de votre proposition ?*
 - Comment lier votre offre aux besoins prioritaires du client?
 - Comment démontrer la valeur de votre offre avec une approche de R.O.I. (Retour sur investissement)
 - Comment traiter les principales objections liées à la crise ?

- *Comment conclure vos entretiens de façon efficace ?*
 - Comment engager le client ?
 - Comment gérer les dossiers qui se reportent et qui traînent?
 - Comment garder sa motivation dans une période difficile?
 - Comment rassurer, conforter et fidéliser le client ?

- *Comment construire et utiliser des outils de vente ?*
 - Plan d'action opérationnel

Comment se déroule le stage ?

Ce stage est créé comme un entraînement progressif et fractionné qui se construit autour des principales activités du commercial. Nous utilisons bien évidemment un fil conducteur issue des meilleures techniques de vente mais plus que l'apport de théories, il s'agit de construire votre propre modèle à partir d'outils pédagogiques variés : jeux de rôles filmés, exercices, application sur des cas existants, support de cours détaillé, aide mémoire, quiz de fin de stage, création d'outils, etc.

A l'issue de chaque phase commerciale majeure, le participant décidera quand et comment utiliser ce qu'il vient de travailler.

Informations pratiques :

- 4 **Durée:** 3 jours .Stage Interentreprises sur la base de 3 à 6 participants pour permettre un réel travail personnalisé.
- 4 **Lieu :** Aix-en-Provence
- 4 **Dates :** 6/7/8 juin 2011

- 4 **Coût :** 1490 € HT par participant. Voir avec votre organisme collecteur de taxe pour une prise en charge dans le cadre du plan de formation ou du DIF (droit individuel à la formation)
 - *A partir de 3 personnes, nous animons cette formation dans votre entreprise et nous la personnalisons*

Pour vous inscrire :

- Par email : contact@apconsulting-france.com
- Par fax : 08.21.18.78.06
- Par téléphone : 06 30 91 91 76