

Adaptées aux circuits de distribution de ventes de vins : CHR, Négociants, cavistes...

Jour 1

CIBLER pour mener un rendez-vous commercial utile

- Fixer ses objectifs,
- Préparer son rendez-vous pour être efficace ?
- Collecter les informations en amont : Web, réseaux sociaux.
- S'adapter aux comportements d'achat des clients B to B.
- Intégrer les différentes étapes du processus de vente.

CONTACTER pour enclencher le dialogue

- Mettre en confiance par une prise de contact positive et motivante.
- Se présenter, présenter efficacement son entreprise, son produit
- Susciter l'intérêt par une accroche vendeuse
- Créer la relation avec le client.

Mise en situation "la prise de contact"

CONNAÎTRE les besoins du client pour adapter son offre

- Découvrir les besoins du client (ses enjeux, ses problématiques)
- Déterminer ses motivations réelles.
- Questionner le client : techniques et bonnes pratiques.

Mise en situation : « découverte des besoins »

Jour 2

CONVAINCRE pour persuader d'acheter

- Construire et présenter des arguments percutants.
- Valoriser son prix.
- Répondre en souplesse aux objections du client.
- Dialoguer et négocier, pour convaincre le client hésitant ou réticent

Mise en situation "argumentation" et "objections"

DURÉE

2 jours et demi
(17 heures)
½ journée sur site

OBJECTIFS

Apprendre à cibler,
contacter, connaître,
convaincre, conclure
consolider une vente et
fidéliser le client.

PRÉ-REQUIS

Connaissance des
techniques de base de la
vente et des produits

Salariés : gratuit
(FAFSEA)

Exploitants : 28€/jour
(VIVEA)

CONCLURE la vente pour emporter la commande

- Saisir le bon moment pour conclure : les "feux verts" de la conclusion.
- Engager le client à l'achat.
- Savoir obtenir une réponse franche et claire
- Verrouiller la suite à donner et les engagements mutuels.

Mise en situation « toutes les étapes de la vente »

CONSOLIDER la relation pour fidéliser le client

- Assurer le suivi après la vente.
- Rester dans le paysage du client pour fidéliser et revendre.