

- Exercice : à partir des offres commercialisées par les participants ; analyse des caractéristiques produits et services, avantages concurrentiels, bénéfices clients.
- Mise en place d'outils d'analyse.
- Atelier « réalisation d'un argumentaire de vente » : chaque participant rédige son argumentaire de vente, mise en commun avec analyse, propositions correctives du formateur.

L'organisation des visites clients

- Maîtriser les techniques de prise de rendez-vous par téléphone, d'organisation d'un planning de déplacements commerciaux.
- Rédaction du script de prise de rendez-vous par téléphone : présentation d'un script d'appel, exercice d'écriture d'un script d'appel. – Prise de rendez-vous par téléphone : à partir du script d'appel rédigé, exercice de simulation (chaque participant effectue un exercice, analyse évaluation par le formateur, actions correctives).
- Organisation spatiale du planning de visites : optimisation des parcours pour les rdv.

Le Rdv Client : l'entretien commercial

- Préparer son entretien commercial : mise en place des messages commerciaux, outils et supports à privilégier, boîte à outils du commercial.
- Techniques pour mener à bien un entretien commercial et faire face aux objections clients : savoir prendre contact, découvrir son client et ses attentes, écouter, répondre en argumentant, proposer, inciter à l'achat, savoir présenter un prix, répondre aux objections, conclure en passant du conseil à la vente, prendre congé.
- Atelier de mise en situation : chaque participant effectue un exercice de simulation de rdv chez un prospect : analyse évaluation par le formateur, actions correctives

Le suivi client

- Savoir rédiger un rapport de visite commerciale
- Gérer le suivi client : conseils et mise en place d'outils

