

Module

Approfondir la phase de découverte

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- identifier le profil du client et s'y adapter pour mieux cerner ses besoins, attentes, motivations exprimées ou non par le client
- construire une découverte client pertinente, agréable et stratégique
- prendre plaisir à porter de l'intérêt et de la considération au client
- prendre la main sur la vente pour vendre mieux et plus

A qui s'adresse ce séminaire ?

Tous les membres des équipes de vente, des plus débutants aux plus chevronnés

Durée : 2 jours

Renseignements :

Aude Borne

Tel : 01 47 54 96 40

Email : a.borne@memento-conseil.com

Programme

Les fondamentaux de la communication

Les différents profils comportementaux

- Leurs modes de fonctionnement
- Leur rapport au temps
- Leur relation aux autres
- Leur mode de décision

Objectifs et enjeux de la phase de découverte

- Pour le vendeur
- Pour le client
- Pour la qualité de la vente

Elaborer sa découverte

- Les types de questions et leur rôle
- Faire la différence entre besoins, motivations, attentes, désirs et envies du client
- Comment structurer sa découverte en fonction de chaque profil comportemental
- Porter de l'intérêt et de la considération au client
- Anticiper les ventes complémentaires et additionnelles dès la découverte
- Utiliser les éléments de réponse du client pour conclure

Ateliers pratiques et mises en situation

Approche pédagogique

Phase amont

Diagnostic de votre contexte et personnalisation de nos modules

- **prise de connaissance** et appropriation de votre vocabulaire, de votre culture d'entreprise, de vos produits
- **analyse** des documents de travail, visite des points de vente, identification des points forts et des axes de progrès
- **implication** des participants, recueil des attentes de l'ensemble des acteurs concernés
- **mise au point de supports** et d'outils pédagogiques personnalisés

Formation

Travail des axes de progrès identifiés avec des modules interactifs, autour d'une triple dimension :

- **le savoir-faire** : pour garantir de meilleures pratiques et un passage à l'acte plus facile
- **le savoir être** : pour orienter encore davantage les comportements vers la satisfaction du client
- **le mental** : pour donner envie et plaisir de passer à l'acte

Définition de **plans d'actions individuels** transmis au manager

Phase aval

Suivi et mesure de l'impact des formations avec Mémonto Follow up, un outil pédagogique inédit

- **mesure qualitative** : applicabilité des méthodes sur le terrain, rapidité et efficacité de la mise en place, ...
- **mesure quantitative** : évolution des performances de vos équipes (prises de contact, taux de conclusion, ventes additionnelles, indicateurs internes)

Mise en perspective avec le suivi des plans d'actions individuels, des visites mystères, ...