

QUESTIONNER ET DECOUVRIR LES BESOINS « CLIENTS »

Public/Pré-requis

Commercial souhaitant améliorer son taux de transformation*.

*Nombre de ventes sur nombre de rendez-vous.

Objectifs

- Gagner la confiance de son interlocuteur.
- Susciter l'intérêt et poser les " bonnes " questions.
- Transformer les problèmes du client en besoins.
- Vérifier sa compréhension, faire une synthèse qui facilite l'argumentation.

Durée

2 jours

Pédagogie

Pédagogie active favorisant le partage d'expériences, l'alternance d'exposés rapides, et de mises en situation. Apport d'outils méthodologiques ciblés (DAPU, SONCAS, écoute active).

Validation

Attestation de formation

Formateur

E.NION : Formateur - consultant en vente, expert en ingénierie pédagogique et développement de plan d'action commerciale.

Programme

Se préparer mentalement à la conclusion

- Etre à l'affût des « feux verts » du client.
- Adopter une attitude confiante et rassurante.
- Avoir en tête les enjeux, les objectifs et les limites de la négociation.

Préparer la phase de découverte

- Phase stratégique de l'entretien de vente.
- Connaître le paradoxe de l'acheteur et s'y préparer.
- Créer un questionnement type en amont.
- Adopter une posture mentale spécifique : ouverture, découverte, questionnement...

Déceler efficacement les besoins et attentes de l'entreprise

- Installer la relation et susciter l'intérêt pour asseoir la crédibilité.
- Apprendre à résister à la tentation de dire tout ce que votre entreprise sait faire.
- Décrire votre entreprise, l'essentiel de votre offre et rendre l'ensemble crédible et séduisant.
- Dépasser la résistance « naturelle » et les objections « de principe » de l'acheteur.
- Utiliser l'écoute active.
- Affiner votre questionnement avec les questions ouvertes, fermées, alternatives, renvoyées, etc.
- Rechercher les attentes de l'entreprise et de l'acheteur.
- Elargir la recherche aux éléments de contexte et aux enjeux, aux différents niveaux décisionnels et aux motivations des acteurs correspondants.
- Distinguer les problèmes des besoins et transformer l'expression de problèmes en expression de besoins.

Préparer la phase suivante

- Faire la synthèse des informations collectées.
- Orienter sur les points forts de ses propres offres.
- Choisir les offres répondant le mieux aux attentes identifiées.
- Choisir les arguments les plus percutants.
- Anticiper les objections.