

MARKETING DIGITAL

(Module créé spécifiquement par une agence Web)

- Approfondissement des différentes méthodes liées au marketing digital
- Cahier des charges d'un site internet (IB/SC)

VENTES ADDITIONNELLES/COMPLÉMENTAIRES

Astuces et démonstrations de différentes méthodes, permettant l'augmentation du panier moyen

LE CLOSING

Apprendre **QUAND et COMMENT** finaliser une vente
Objectif : savoir utiliser les bons mots, au bon moment pour conclure une vente.

Exercice final : mise en situation par groupes de 2, sur la réalisation d'un sketch de vente en intégrant toutes les phases de la vente

EURL Pérennis Consulting Formation – info@formation-perennis.com
9 avenue de la Marquille, 31650 Saint Orens de Gameville

MODULE 2

La vente et toutes ses composantes



Programme & horaires
de la formation

Jour 1 : 10h-19h

Jour 2 : 9h-18h

PROGRAMME DE FORMATION

L'ÉTAT DES LIEUX

Tour de table : les participants partagent leurs expériences sur les différentes actions mises en place depuis le module 1

Objectif : faire un point sur les acquis et les évolutions de chacun avant d'entamer le module 2

11h - Pause de 15min : Collations, boissons chaudes (thé / café)

LES OBJECTIONS

Approfondissement des différentes étapes de la vente questionnement, objections, reformulation, accusé réception...

- **Exercice 1 :** QCM en 2 groupes
- **Exercice 2 :** mise en situation phase de découverte par groupes

Objectif : comprendre et savoir traiter les principales objections (prix, temps, odeur...)

LA COMMUNICATION

Objectif : Prise de conscience sur l'importance de la communication non verbale et paraverbale

13h-14h - Repas du midi : pause d'une heure

MÉTHODE SONCAS

La méthode SONCAS va permettre au vendeur d'utiliser une approche personnalisée en fonction de chaque profil client.

- **Exercice 1 :** (jeux en commun) déterminer le profil SONCAS du client appartenant au groupe adverse
- **Exercice 2 :** mise en situation par groupes de 2 ou 3 max

Objectif : Découvrir la personnalité du client, permettre d'anticiper ses besoins, ses priorités, mais également mettre en exergue ses objections potentielles.

15h - Pause de 15min : Collations, boissons chaudes (thé / café)

ARGUMENTAIRE CAP

La méthode CAP permet au conseiller d'avoir un argumentaire de vente lié au profil SONCAS de son client

- **Exercice 1 :** travail en 2 groupes sur la création d'un argumentaire produit
- **Exercice 2 :** (travail individuel) Création d'un argumentaire produit commun à tous, suivi d'un autre argumentaire sur un service.

Objectif : avoir une meilleure connaissance de ses produits/ service, permettre également d'anticiper les envies, les besoins ainsi que les objections du client