

Vente et approche comportementale du client



En bref

- > **Langues d'enseignement:** Français
- > **Ouvert aux étudiants en échange:** Oui

Présentation

Objectifs

Objectifs finaux :

- * mener de façon efficace et structurée des entretiens de vente et de négociation persuasifs pour conquérir et fidéliser des clients dans le respect des objectifs fixés
- * cerner de façon efficace les différentes typologies de clients afin d'adapter mon discours pour mieux les convaincre

Objectifs intermédiaires :

- * Comprendre les différentes dimensions de la vente et du vendeur à la lumière des enjeux, objectifs et intérêts de l'entreprise.
- * Acquérir et développer les compétences (savoir, savoir-faire, savoir-être), techniques et outils indispensables pour être un vendeur persuasif et respecter des objectifs précis.
- * Comprendre les différentes typologies de clients
- * Déterminer les besoins et les motivations des clients
- * Être capable d'adapter son comportement et son argumentaire en fonction du type de client pendant l'entretien de vente.

Heures d'enseignement

CM	Cours Magistral	12,25h
TD	Travaux Dirigés	12,25h

Pré-requis obligatoires

Connaissances de base sur l'entreprise, son environnement interne et externe, le concept de communication.

Plan du cours

La vente :

- * La notion de vente et le métier du commercial
- * La vente, la communication et le processus d'achat
- * Préparer l'entretien de vente
- * Conduire et gérer les différentes étapes de l'entretien de vente
- * Gérer l'après entretien et le suivi commercial

L'approche comportementale :

- * La notion de psychologie comportementale, de Programmation Neuro-Linguistique, de synergologie
 - * Les différents types de client
 - * Déterminer les besoins exprimés et/ou non exprimés
 - * Découvrir les motivations de mon client (rationnelles/irrationnelles)
 - * Adapter mes arguments à chaque type de client
-

Compétences visées

- * Savoir mener un entretien de vente (préparation, structure, conduite, conclusion)
 - * Assurer le suivi commercial de mon client
 - * Connaître les grandes familles de client
 - * Savoir déterminer les besoins et les motivations de mon client
 - * Adapter mon discours commercial et/ou marketing, ma communication en fonction de chaque type de client
-

Bibliographie

- * Corcos/Mercier, *Les techniques de vente...qui font vendre*, Ed Dunod, 2012
- * René Moulinier, *L'art de la vente*, Ed Chiron, 2011
- * Patrick David, *La négociation commerciale en pratique*, Ed Organisation, 2009
5 références au maximum
- * Denis DARPY, *Comportements du consommateur*, ed Dunod, 2012
- * Nicolas Caron, *Vendre aux clients difficiles*, Ed Dunod, 2012

Infos pratiques

Lieux

› Anancy-le-Vieux (74)

Campus

› Anancy / campus d'Anancy-le-Vieux