

Vente et approche comportementale du client (GEST07_SD MAYA)



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	8,75h
TD	Travaux Dirigés	8,75h

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
-

Compétences acquises

Infos pratiques

Contacts

Responsable du cours

Eric Abisset

☎ +33 4 79 75 85 85

✉ Eric.Abisset@univ-savoie.fr

Lieux

➤ Annecy-le-Vieux (74)

Campus

➤ Annecy / campus d'Annecy-le-Vieux