

TECHNIQUES DE VENTE



LA GESTION
EN PRATIQUE

Avec la participation de B. Thellier (ex-négociateur du GIGN), D. Flamand (acteur),
A. Marschall (BFM TV), N. Daynac (Cnews), O. Kretz (agent immobilier,
L'agence - immobilier de luxe en famille, Netflix)...

Patrick Barrotta
Aurélie Barrotta
Laurent Rossi

ellipses

Table des matières

Avant-propos	3
Étape 1. Préparation de l'entretien	7
Identifier votre cible	9
Les critères sociodémographiques: Qui sont mes clients?	12
Les critères psychographiques: Que pensent mes clients?.....	14
Les critères comportementaux:	
Comment mes clients consomment mon produit?	17
Se préparer physiquement	20
La food révolution: Le bien manger	20
Le bon look, la bonne impression garantie: Le bien « saper »	22
Le sens de l'éloquence: Le bien « parler »	23
Se préparer mentalement	25
Améliorer votre météo mentale.....	26
Définir des objectifs	28
Définir un plan d'action	31
QCM préparation de l'entretien – 15 questions – 3 profils	36
Tableau des résultats	39
Profils de résultats	39
Entre 60 et 30 points	39
Entre 29 et 16 points	39
Moins de 16 points	40
Étape 2. Accueil – Prise de contact	41
Les enjeux de la prise de contact.....	43
Proxémie	46
La synchronisation	47
Méta position	48
Effet de halo.....	49
Accroche commerciale	50

Les différentes situations de prise de contact	52
Prise de contact en face-à-face	52
Prise de contact à distance	53
Erreurs	54
Le schéma de communication	55
Les formes de communication	55
Communication non violente (CNV).....	58
Techniques de communication	58
Analyse transactionnelle	59
La PNL: Programmation Neuro-Linguistique	59
Écoute active	60
Les attitudes favorables à la communication	62
La confiance en soi	63
Compétences relationnelles.....	66
Les clés pour améliorer sa communication	67
Apprendre à convaincre	68
Le pouvoir des mots	71
Stratégie relationnelle	73
Difficultés de communication	73
Gérer les conflits.....	74
Jeu de cartes KONEKTO.....	76
QCM accueil – 15 questions – 3 profils.....	77
Tableau des résultats.....	80
Profils de résultats	81
Entre 60 et 36 points	81
Entre 35 et 16 points	81
Moins de 16 points	81
Étape 3. Questionnement – reformulation	83
Théorie de Maslow	86
Les besoins objectifs et subjectifs	88
Motivations et freins à l’achat.....	90

L'écoute active	92
Méthode DISC	94
Les bons mots	95
Évolution des profils clients	97
Les questions possibles	99
Reformulation	105
QCM découverte des besoins et reformulation – 15 questions – 3 profils	108
Tableau des résultats	111
Profils de résultats	111
Entre 60 et 32 points	111
Entre 31 et 14 points	112
Moins de 14 points	112
Étape 4. Négociation – Argumentation	113
Les méthodes	117
Le « storytelling »	119
Les techniques de négociation	122
Les techniques de démonstration	123
Les techniques de persuasion	126
Les techniques de manipulation	129
Les catégories d'arguments	130
Les arguments factuels	130
Les arguments subjectifs	132
Les arguments fallacieux	135
L'argumentation du prix	137
QCM argumentation – 15 questions – 3 profils	143
Tableau des résultats	146
Profils de résultats	146
Entre 60 et 35 points	146
Entre 34 et 20 points	146
Moins de 20 points	147

Étape 5. Traitement des objections	149
La notion d'objection	151
Objection et fonctionnement du cerveau	152
Les aspects généraux des objections	153
Les trois types d'objection	156
Procédure de gestion des objections	157
Méthode du silence	160
Les techniques de réponse aux objections	162
Répondre aux objections avec la méthode CRAC.....	164
Répondre aux objections avec la méthode SALES	166
Anticipez les objections.....	167
Les bonnes pratiques.....	168
Humilité	168
Changez de mentalité.....	171
Soyez explicite.....	174
Ne pas répondre à toutes les objections.....	175
La bonne attitude si vous n'avez pas la réponse	176
Ne négliger aucun détail	176
Enthousiasme	177
Soyez inventif.....	178
Être conquérant.....	178
L'objection de référence.....	179
Désamorcer un conflit dans une situation de réponse aux objections.....	180
Le traitement du prix	181
La présentation du prix – Les techniques de présentation du prix...	184
La défense du prix	185
Procédure de défense du prix.....	185
Les notions de réductions	188
QCM traitement des objections – 15 questions – 3 profils.....	190
Tableau des résultats.....	193

Profils de résultats	193
Entre 60 et 32 points	193
Entre 31 et 14 points	194
Moins de 14 points	194
Étape 6. Conclusion – Prise de congé	195
Techniques de conclusion	199
Closing – Prise de congé.....	201
Nécessité de veille informationnelle	202
Veille commerciale et sources d’information	208
Outils de recherche d’information.....	209
Notion de mutualisation	209
Maîtriser ses émotions	210
Le partage des émotions	213
Optez pour le positivisme	214
Les Soft skills + Hard Skills + Mad skills	215
Développer la gagne	217
Sincérité et honnêteté.....	218
Désamorcer un conflit	218
L’échec + Persévérance.....	219
Inspirer la confiance.....	219
Agressivité et confiance en soi.....	224
Se faire respecter	225
Fenêtre de Johari et efficacité.....	226
Commercial et sportif de haut niveau	227
Les outils d’aide à la fonction de vendeur	229
Cours de théâtre.....	229
La méditation.....	229
Mutualisation de l’information – Travail en équipe.....	230
QCM conclusion et prise de congé – 15 questions – 3 profils	233
Tableau des résultats.....	236

Profils de résultats	237
Entre 60 et 32 points	237
Entre 31 et 14 points	237
Moins de 14 points	237
Étape 7. Suivi et fidélisation	239
Fidéliser c'est prospérer!	241
Enjeux	243
Moyens à disposition.....	244
Nouvelles techniques liées à la digitalisation	249
Prendre en compte les attentes des consommateurs.....	253
Les communautés	255
La valeur client.....	257
La satisfaction client.....	258
Le renouvellement automatique	259
Les témoignages clients	260
L'évolution: facteur clé de la fidélisation	261
Fidélité vs versatilité.....	263
Les indicateurs de performance	264
Importance du CRM	266
La e-réputation.....	266
Le Personal Branding	267
QCM suivi et fidélisation – 15 questions – 3 profils	270
Tableau des résultats.....	273
Profils de résultats	273
Entre 60 et 35 points	273
Entre 34 et 20 points	273
Moins de 20 points	274