

Techniques d'Entretiens de Vente PSS® (Professional Selling Skills)

Complexité des organisations... concurrence accrue... standardisation des offres... contraintes budgétaires... complexité des cycles de vente... globalisation... nouveaux comportements d'achat. Malgré ces enjeux, de nouvelles opportunités de vente apparaissent et doivent être gagnées.

Pour réussir dans ce contexte, les commerciaux doivent développer de nouvelles compétences de vente, pour gagner la confiance de leurs clients et se différencier de leurs concurrents.

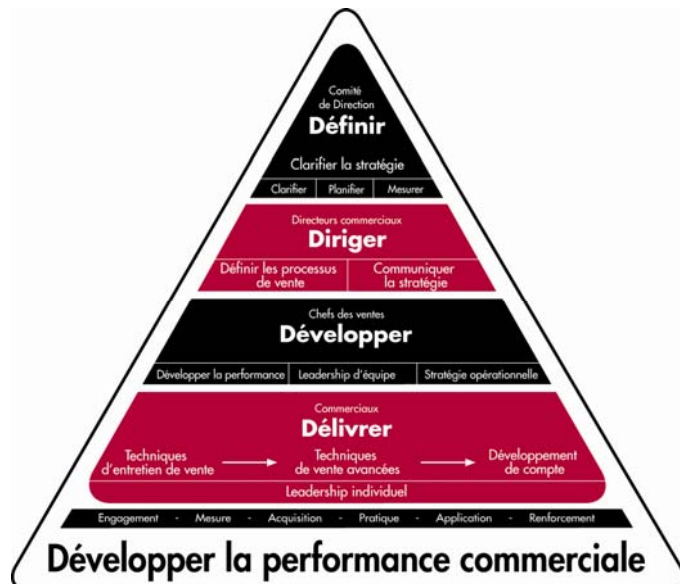
Le système PSS® (Professional Selling Skills) peut vous aider à développer ces compétences. Basé sur des recherches récentes, le programme PSS® dote les commerciaux des compétences de vente et de communication interpersonnelle permettant de mener des entretiens de vente mutuellement bénéfiques, même avec des clients indifférents ou qui expriment des préoccupations.

Un système destiné à l'ensemble de votre organisation

Le système PSS® propose une approche flexible permettant d'acquérir, d'appliquer, d'évaluer, et d'améliorer de façon continue les compétences dans le but d'établir des relations de qualité avec vos clients.

En s'appuyant sur les techniques et les stratégies dont ont bénéficié plus de 3 millions de professionnels de la vente dans le monde entier, le système est composé d'éléments dont la combinaison permet d'augmenter la performance commerciale, et de se différencier efficacement de la concurrence.

Ces composants sont conçus de façon à vous laisser le choix entre différentes options d'animation et à construire l'architecture qui permettra d'atteindre les résultats attendus.



Nos recherches

Pour actualiser notre programme PSS[®], nous avons mené de nombreuses recherches opérationnelles. Sur une période de 18 mois, nous avons interrogé des commerciaux et des managers de vente dans 16 entreprises internationales, de façon à identifier les nouveaux enjeux auxquels sont confrontées les organisations, et la façon dont elles y font face. Les changements apportés au programme PSS[®] reflètent les résultats de ces recherches.

Objectifs et contenu du module PSS[®]

Au cours de ce programme, les commerciaux acquièrent les techniques de vente en face à face permettant d'instaurer une communication ouverte avec leurs clients et de prendre ensemble des décisions mutuellement satisfaisantes.

L'ouverture de l'entretien

Dans cette section, les participants apprennent à débiter leurs entretiens de vente de façon positive et productive. Cette section aide également les participants à :

- Définir un objectif d'entretien qui guidera leurs échanges.
- Comprendre pourquoi il est important d'obtenir un accord du client sur ce qui sera traité et accompli au cours de l'entretien, et comment y parvenir.
- Etablir les différences entre l'ouverture d'un entretien avec un client existant ou un nouveau client.
- Savoir comment faire progresser un entretien de la création d'une relation à l'établissement d'un échange professionnel de qualité.

Les sondages

Les participants acquièrent dans cette section des techniques efficaces de sondages permettant d'obtenir des informations et d'obtenir une compréhension claire, complète et commune des besoins de leurs clients. Ils apprennent notamment à :

- Découvrir les situations qui sont à l'origine des besoins des clients, ainsi que leurs besoins sous-jacents.
- Maîtriser les différentes techniques de sondages.
- Guider leurs entretiens de vente grâce à l'équilibre entre sondages directifs et non directifs.
- Poser des questions qui facilitent un échange ouvert d'information.

L'intervention d'appui

Les participants renforcent leur capacité à fournir à leurs clients des informations qui leur permettent de prendre des décisions d'achat avisées. En particulier, ils approfondissent leur capacité à :

- Choisir le meilleur moment, et la meilleure façon, de présenter leur entreprise et leur offre, de façon efficace et persuasive.
- Expliquer ce en quoi les caractéristiques de leur offre présentent des bénéfices pour le client.
- Reconnaître les besoins de leurs clients avant de présenter les caractéristiques et avantages de leur offre.
- Mesurer les risques d'une intervention d'appui prématurée.

La conclusion

Les participants identifient les signes qui prouvent que le client est prêt à progresser dans le cycle de vente. Dans cette section, les participants apprennent à :

- S'assurer de l'engagement du client dans les prochaines étapes du cycle de vente.
- Etablir une distinction claire en la conclusion de la vente et la progression dans le cycle de vente.
- Prendre en compte les freins ou hésitations du client quant aux prochaines étapes.
- Mettre fin à une opportunité de vente qui ne serait pas mutuellement profitable.

Les techniques relationnelles

Dans cette section les participants renforcent leurs techniques de communication et d'écoute. Ils vont plus particulièrement s'attacher à :

- Situer le contexte des sondages difficiles.
- Confirmer pour s'assurer d'une compréhension mutuelle.
- Vérifier systématiquement leur compréhension.
- Reconnaître régulièrement le point de vue du client.

Faire face à l'indifférence

Les participants identifient les raisons pour lesquelles les clients n'expriment pas de besoins et la façon de faire face à ces situations. Cette section les aide à :

- Reconnaître plutôt qu'ignorer l'indifférence de leur client.
- Relancer l'échange en montrant la valeur pour le client.
- S'appuyer sur une stratégie de sondages efficace permettant d'identifier et de faire prendre conscience d'opportunités auxquelles ils pourront répondre.

Vaincre les préoccupations

Les participants apprennent à reconnaître, différencier et résoudre les trois grandes catégories de préoccupations du client : le scepticisme, le malentendu et l'inconvénient réel. Ils apprennent à :

- Poser des questions pour comprendre la préoccupation avant de tenter d'y répondre.
- Se préparer, en fonction de l'étape du cycle de vente.
- Apporter une preuve pertinente pour faire face au scepticisme.
- Clarifier les malentendus.
- Pondérer les inconvénients réels en aidant le client à prendre en compte l'ensemble des bénéfices proposés.

PERFORMANCE COMMERCIALE

AchieveGlobal aide les entreprises à traduire leur stratégie en résultats concrets, en développant les compétences et la performance de leurs équipes.

Dans le monde entier, nos clients prouvent leur confiance dans notre expertise dans les domaines du leadership, de la relation client et de la performance commerciale.

En déployant des solutions de formation basées sur des recherches, nous aidons nos clients à développer leurs leaders et à créer, faire croître et maintenir des relations profitables avec leurs clients.

Nos 75 bureaux, dans 42 pays, et nos programmes et services disponibles en plus de 40 langues, nous permettent de travailler avec nos clients dans le monde entier.

Approche pédagogique

L'approche pédagogique du PSS® s'appuie sur l'apprentissage par la découverte guidée, ce qui implique une variété d'activités dédiées à l'apprentissage des adultes :

- Des exercices individuels qui permettent une auto-évaluation des compétences
- Des modèles vidéo qui illustrent l'utilisation des techniques de vente dans des situations réalistes.
- Des jeux de rôles au cours desquels les participants pratiquent et évaluent les techniques dans le cadre d'un entretien de vente complet.
- Des exercices en petits groupes et en équipes permettant de s'approprier les techniques et processus de communication.
- Des exercices écrits qui facilitent la compréhension et l'application des techniques dans l'environnement propre des participants.

Grace au PSS®, vos commerciaux vont réussir en aidant leurs clients à réussir. Ils vont acquérir des techniques et des compétences qui leur permettront de se distinguer (et de distinguer votre entreprise) de la concurrence.

Bénéfices du PSS®

Vos commerciaux :

- Acquerront les compétences essentielles leur permettant de développer des relations clients de qualité, tout en améliorant leur performance commerciale.
- Augmenteront leur efficacité à long terme en étant perçus par leurs clients comme des consultants avisés.
- Apprendront ces techniques grâce à des activités d'apprentissage interactives.
- Seront dotés d'une méthode fiable permettant de mesurer et d'améliorer de façon continue leurs compétences.

Vos clients bénéficieront :

- De relations à long terme avec des commerciaux qui comprennent leur situation et leurs enjeux.
- De solutions qui répondent aux besoins spécifiques de leur entreprise et de leur fonction.
- De la capacité à prendre des décisions avisées, basées sur des faits tangibles, et non sur une pression commerciale.

Votre entreprise :

- Développera ses parts de marché en gagnant de nouvelles opportunités et en fidélisant ses clients existants.
- Diminuera ses coûts de vente en aidant ses commerciaux à mieux mesurer le potentiel de leurs clients et en optimisant leur temps.
- Créera un langage commun au sein des équipes de vente, qui facilitera la communication et le travail en équipe.
- Fidélisera ses commerciaux en leur donnant du soutien et des opportunités de développement professionnel.

Audience

Commerciaux récents ou expérimentés, managers commerciaux, équipes marketing et support.

Durée

3 jours

Taille des groupes

12 participants maximum.

