

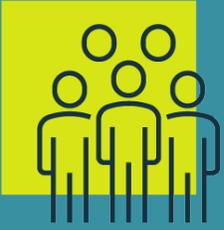
Mercuri International

LA VENTE A DISTANCE

Pourquoi vendre à distance ?

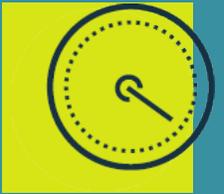
Les nouvelles technologies ont étendu de manière significative le champ des possibles en termes d'interaction avec les clients. Suivez ce parcours pour découvrir comment tirer profit de la vente à distance et faire de chaque entretien de vente un succès commercial !





PUBLIC CIBLE

Tous les professionnels de la vente souhaitent optimiser leurs performances commerciales dans un environnement de vente sans contact face-à-face.



DUREE: 1 heure 30 min



INFORMATION COMPLEMENTAIRE

Une formation à distance disponible où que vous soyez et à tout moment. Tous les contenus sont conçus pour s'adapter aux ordinateurs portables, aux tablettes et aux smartphones (responsive design).



VUE D'ENSEMBLE DU PARCOURS

Chapitre 1 : Introduction à la Vente en distanciel

Module 1 : Des différences entre entretiens de vente virtuels et en face-à-face.

Chapitre 2 : Préparation à l'entretien de vente distanciel

Module 2 : Recueillir les infos clients sur le web

Module 3 : Méthode 4S

Outil : La checklist de préparation

Chapitre 3 : Déroulement de l'entretien de vente en distanciel

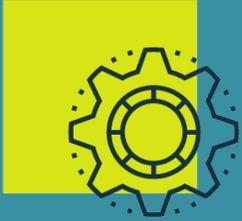
Module 4 : Animer efficacement un webinaire

Module 5 : Adopter une communication virtuelle efficace

Module 6 : Faire montre d'Écoute active

Module 7 : Construire des supports de présentation impactants

Module 8 : Mobiliser le Storytelling pour engager votre public



BOITE A OUTILS COMPLEMENTAIRE : TECHNIQUES DE VENTE

La vente en distanciel requiert certaines techniques de vente de base pour tirer le meilleur parti de ce parcours de formation. Vous pouvez grâce à cette boîte à outils revoir les fondamentaux quant aux techniques de vente incontournables quelle que soit la situation de vente à laquelle vous êtes confrontés.

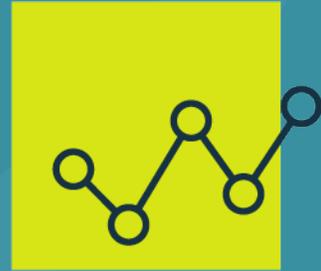


DUREE : 2 heures 30 min



VUE D'ENSEMBLE DU PARCOURS

1. INTRODUCTION A LA METHODE DE VENTE DAPA
2. PREPARATION DE L'ENTRETIEN DE VENTE
3. LA PRISE DE CONTACT
4. DEFINIR LES BESOINS DU CLIENT
5. ARGUMENTATION
6. TRAITEMENT DES OBJECTIONS
7. CONCLURE L'AFFAIRE
8. A VOUS DE JOUER !



VUE D'ENSEMBLE DU PARCOURS

CHAPITRE 1 : INTRODUCTION A LA VENTE EN DISTANCIEL

Module 1 : quelles differences entre entretiens de vente virtuels et en face-à-face

Découvrez les differences majeures entre entretien de vente virtuel et en face-à-face.

Quels sont les opportunités et les risques inhérents au distanciel ?

Quels défis devrez-vous relever ?



CHAPITRE 2 : PREPARATION A L'ENTRETIEN DE VENTE EN DISTANCIEL

Module 2 : Recueillir les infos clients sur le web

Le web nous donne accès à une source incommensurable d'informations qui facilitent grandement la préparation de votre entretien de vente. Découvrez comment extraire du web et des réseaux sociaux les informations pertinentes au sujet de vos prospects.

Module 3 : Méthode 4S

Pour une préparation la plus efficace possible, utilisez la méthode 4S :

- Situation que le client vit actuellement
- Sélection des objectifs pertinents
- Scénario du prochain entretien de vente
- Des outils en soutien

Outil : La checklist de préparation

La préparation est une étape clé – d'autant plus dans le cadre d'entretiens de vente virtuels. Cochez toutes les cases pour vous assurer que votre entretien commercial se déroule dans les meilleures conditions.



CHAPITRE 3 : DEROULEMENT DE L'ENTRETIEN DE VENTE EN DISTANCIEL

Module 4 : Animer efficacement un webinaire

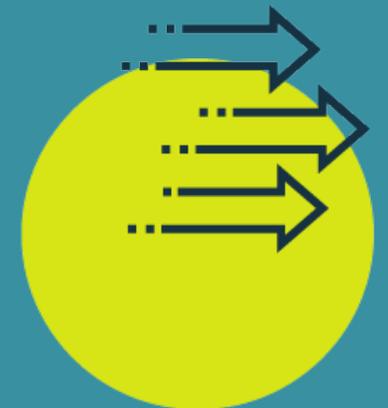
Les web-sessions ont de nombreux avantages mais présentent également des défis à relever très particuliers. Vous découvrirez ici quelques astuces pour faire de chacune de vos web-sessions une franche réussite.

Module 5 : Adopter une communication virtuelle efficace

La plupart des gens considèrent que la communication est bien plus délicate à gérer lors de web-sessions. Vous pourrez ici refaire le point sur les fondamentaux en termes de techniques de communication et profiter d'astuces opérationnelles qui feront passer vos web-sessions au niveau supérieur.

Module 6 : Développer son Écoute active

L'Écoute active fait partie des techniques de vente incontournables pour réussir. L'Écoute active implique que vous accordiez au client toute votre attention – découvrons ensemble comment faire.



CHAPITRE 3 : DEROULEMENT DE L'ENTRETIEN DE VENTE EN DISTANCIEL

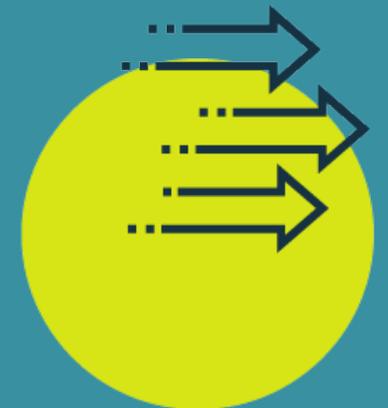
Module 7 : Construire des supports de présentation impactants

L'utilisation d'un support multimedia renforce considérablement le pouvoir émotionnel du vendeur, et donc son degré d'influence.

Le commercial se doit de maîtriser les règles de la communication multi-sensorielle : un message au format audio renforcé par un message très visuel pertinent et efficace aura bien plus d'impact que le visuel ou l'audio mobilisés séparément.

Module 8 : Mobiliser le Storytelling pour engager votre public

Raconter une histoire est le meilleur moyen de déclencher des émotions – et l'émotion constitue le meilleur levier pour stimuler une décision de changement. Découvrez comment mobiliser le Storytelling pour rendre votre message percutant et le différencier de celui de vos concurrents.





MERCURI
international