

## **FORMATION COMMERCIAL - VRP**

### **CONSTAT :**

Aujourd'hui chaque commercial, doit prendre conscience que son "offre produits/services" doit être accompagnée d'une "offre relationnelle et personnelle". Le client achète non seulement "le produit", mais aussi le commercial qui le propose ou plus exactement l'image qui s'en dégage. Se positionner vis-à-vis de ses interlocuteurs (clients ou entreprises). Se rendre légitime par son expertise. Créer un climat de coopération et de confiance avec ses interlocuteurs.

### **OBJECTIF :**

Ce stage permet de mettre en place une relation de confiance de longue durée ; entre le commercial, l'entreprise et le client, dans un positionnement "gagnant-gagnant". D'apporter une valeur ajoutée réelle.

### **POPULATION CONCERNEE :**

Commerciaux et futurs commerciaux.

### **PRINCIPAUX THEMES ETUDIES :**

- Maîtriser les relations interpersonnelles,
- Décoder les messages : l'implicite derrière le verbe,
- Eviter les pièges classiques qui " polluent " la qualité de la communication,
- Identifier les modes de raisonnement et de décision chez ses interlocuteurs,
- S'adapter au cadre de référence de l'autre, agir sur les perceptions.
- Préparer une négociation, seul ou en équipe,
- Maîtriser le face à face : réagir à la pression, amener l'autre sur son terrain,
- Résister aux pièges conscients ou inconscients de ses interlocuteurs,
- Orienter le dialogue vers une logique équitable de recherche de contreparties,
- Amener plusieurs interlocuteurs vers une solution,
- Intervenir en réunion pour " vendre " une idée, un projet, une solution, un budget,
- Concéder : l'éloge de la lenteur.

### **METHODE PÉDAGOGIQUE**

Apports théoriques, études de cas, sujets de réflexion, échanges d'expériences en alternance avec des mises en situation constructive et positive.

### **DUREE RECOMMANDEE**

3 jours – 21 heures.

### **HONORAIRES : La mise en œuvre donne lieu à l'établissement d'un devis**