

SMART & COM FORMATION

TECHNIQUES DE VENTE ET NÉGOCIATION EN HÔTELLERIE

PUBLIC : Toute personne étant amenée à vendre (une offre, un produit) : réceptionnistes, agents des réservations individuelles, groupes et séminaires, commerciaux internes et externes.

PRÉ REQUIS : Aucun pré requis.

OBJECTIFS :

- Acquérir les techniques de vente
- Savoir négocier

PROGRAMME ET CONTENU :

TECHNIQUES DE VENTE

1. Les enjeux des clients
2. La posture vente conseil
3. Contacter
 - Le bris de glace
 - Le démarrage de l'entretien de vente (structure et méthodologie)
 - Rédaction et prise en main du pitch (présentation rapide de l'entreprise et de l'activité) et sa déclinaison pour chaque typologie d'interlocuteurs
4. Connaitre
 - Ecoute active
 - Méthode de l'entonnoir, découverte grand angle
 - Construction de la bibliothèque de questions
 - Structure SPS et tactiques de questionnement pour « mettre en tension » (Spin Selling)
5. Convaincre
 - Méthode CAB, hiérarchiser et prioriser les bénéfices de CAB à BAC
 - Méthode de reformulation
 - Le traitement des objections, zoom sur l'objection prix
6. Conclure
 - Techniques de conclusion (alternative, approche directe et incitation irrationnelle)
 - Méthode des médailles (objectifs de conclusion Or, argent, bronze)
 - Travail sur la préservation des marges et l'optimisation des processus de décision
7. Conforter
 - Règle des 40 minutes et méthode des références
 - Les conditions de la confiance

SMART & COM FORMATION 22 rue des Potières 56350 SAINT JEAN LA POTERIE

06.76.89.97.19 chantal.canovas@orange.fr

N° SIRET 39508641600058 - Code APE 8559A - DA 53560908256 – Référencé DATADOCK

Certification AFNOR NF service GREF BRETAGNE

SMART & COM FORMATION

II. NÉGOCIATION

1. Les enjeux de la négociation et de la préservation de la marge
 - Pour le vendeur, pour le fournisseur, pour le client
2. Pré requis nécessaires pour effectuer une bonne négociation
 - A partir de quand y-a-t-il négociation ?
 - Les vraies raisons de négocier, celles que l'on peut éviter
 - Les informations à collecter pour être armé
 - Les questions clés du processus de vente qui limitent les risques de négociation
3. La préparation de la négociation
 - Analyse des éléments négociables et priorisation en fonction de leur impact sur la marge
 - Zone d'accord possible et issues de négociation (exigence initiale, objectif, plancher)
 - Identification des concessions et contreparties
 - Analyse de la concurrence présente chez le client et analyse SWOT
 - Stratégie d'argumentation au regard de la concurrence
 - Prise en main des outils de préparation d'une négociation
4. Les règles d'or de la négociation
 - Toujours commencer par une exigence élevée
 - Face à toute demande de concession, répondre d'abord par un argument.
 - Accorder une concession uniquement moyennant une contrepartie tangible.
 - S'il faut reculer, le faire à petit pas.
 - Conduire le client vers la conclusion.

MOYENS PEDAGOGIQUES : Pédagogie active et participative. Apports théoriques et pratiques. Mises en situation et jeux pédagogiques, tests, Quizz, brainstorming et ateliers pratiques.

CONDITIONS DE RÉALISATION : Sur le lieu de travail (en intra-entreprise).

DOCUMENTS FOURNIS : Attestation de formation, questionnaire de satisfaction, support de cours formation et documentations diverses.

METHODES D'ÉVALUATION : A chaud, à froid.

VALIDATION ET SANCTION : Remise d'une attestation de formation.

SUIVI FORMATION : Feuille émargement et attestation d'assiduité.

DUREE : 3 jours.

INTERVENANTS :

