



Il est impossible de convaincre quelqu'un si l'on ne connaît pas les raisons pour lesquelles il pourrait être convaincu. Présenter un produit avec force et conviction sans avoir découvert les attentes et besoins du client, c'est développer des arguments qui ne séduisent pas.

## objectifsformation

Être en mesure de découvrir les attentes, besoins et préoccupations du client, savoir poser les bonnes questions grâce à des outils et des méthodes de découvertes efficaces. Savoir gérer 2 situations : le prospect a un besoin, le prospect n'a pas de besoin.

## programmedétaillé

### Introduction

Les processus de décision chez un prospect, la psychologie du client – l'état de "non achat"

### Savoir transformer un prospect en client.

Les démarches à suivre dans les 2 situations de vente : le prospect a un besoin / le prospect n'a pas de besoin.

### Savoir découvrir les besoins et attentes du client

Savoir identifier les motivations d'achat, la mise en évidence du besoin... Comment pratiquer la découverte ? La mise en évidence du besoin.

Les techniques de questionnement et les différents types de questions

La reformulation

Savoir construire un plan de questionnement. Faire admettre le besoin par l'interlocuteur

## modalitéspratiques

- **Public concerné**

Toute personne en relation client (niveau expert)

- **Durée**

1 journée (9h-12h30 14h-17h30)

- **Dates & Lieu**

Colmar - mardi 24 janvier 2017

Besançon - jeudi 26 janvier 2017

- **Tarif non assujetti à TVA**

375,00 € par personne

tarif incluant support de stage **Déjeuner pris en commun offert**

*Ce thème peut être  
animé directement  
au sein de votre  
entreprise*

## demandeinscription

A renvoyer par fax au 03 81 47 96 79

Je souhaite m'inscrire, merci de m'envoyer une convention de stage.

Société :

Nom du responsable :

Nom & fonction du participant :

Adresse complète :

Téléphone :

Mail

### noscoordonnées

IDEM

20 rue du Chasnot - 25000 Besançon

☎ 03 81 61 66 72

**TSVP →**