

Programme de formation « Fondations de la vente »

La formation « Fondations de la vente » de Sandler s'adresse à toute personne qui doit, dans le cadre de ses activités professionnelles, vendre des produits ou services à des individus ou des entreprises.

Ce module permet d'acquérir les éléments fondamentaux d'une méthodologie de ventes qui pourront être appliqués à votre processus de vente, que vous vendiez aux entreprises (B2B) ou aux consommateurs (B2C).

Cette formation vise à fournir aux personnes en charge de développement des affaires les outils pour avoir du succès :

- Compréhension des déclencheurs d'achats : pourquoi les gens achètent-ils et quel est le processus qui permet de qualifier un prospect pour qu'il devienne un client?
- Un ensemble de techniques de vente élaborées et efficaces pour faire avancer le processus de vente.
- Les composantes d'attitude (confiance en soi, estime de soi, capacité à sortir de sa zone de confort et prendre des risques) et de comportements (se fixer des objectifs clairs, activités et plan d'action, « cookbook », responsabilisation) qui constituent les clés du succès.

Elle se déroule sur une période de 9 semaines, à raison de 1h30 par semaine, sous forme de sessions de groupe, ce qui permet de mettre immédiatement en application les concepts et de discuter ensuite de ce qui a fonctionné, ou pas.

À l'issue de ces 9 semaines, les participants auront une bonne compréhension du processus de vente requis pour avoir du succès de manière constante et prévisible. Ils auront commencé à mettre en pratique certains outils et en auront vu l'efficacité.

L'impact réel de cette formation est directement proportionnel à la volonté du participant de réfléchir à sa manière de faire et sa capacité à changer ses habitudes de travail, se remettre en question et son ouverture à essayer de nouvelles approches.

[Detail des 9 chapitres du programme « Fondations de la vente »](#)

1 Pourquoi avoir un système?

- La danse acheteur-vendeur, comment en prendre le contrôle
- Le système d'achat du prospect
- Le système de vente Sandler ®
- La philosophie Sandler.

La théorie du pendule

- Le concept de l'inversion négative
- Comment les prospects peuvent agir comme des pendules ?
- Comment rester derrière le pendule ?

2 Établir rapports et liens

- Les éléments de communication
- L'écoute active
- La dominance sensorielle primaire

La théorie OK/pas OK

- Analyse transactionnelle
- Comment garder le prospect OK ?
- Pourquoi est-ce important ?

+ Styles de comportement et de communications DISC

3 Contrat initial

SANDLERSM

- Les 5 éléments d'un contrat initial
- Comment l'utiliser
- Les pièges à éviter.

4 Raisons de faire affaires (points de douleur)

- Émotions d'achat
- Les 3 niveaux de douleur
- L'entonnoir de douleur SandlerTM.

5 Stratégies de questionnement

La théorie de la courbe du débutant

- Les 3 stades de la courbe
- L'image du prospect
- Raisons d'utiliser la courbe.

Poser des Questions

- Règles pour inverser
- Déclarations apaisantes
- Comment aborder les questions non posées.

6 L'étape du budget

- Comment obtenir le budget
- Comment répondre à un prospect hésitant
- La « Patte de singe ».

7 L'étape du processus décisionnel

SANDLERSM

- Les questions qui doivent être répondues
- Résultats possibles
- Que faire avec un prospect qualifié.

8 L'étape de la réalisation

- Confirmer la conclusion
- Éléments de l'étape de la réalisation
- L'étape d'après-vente.

9 Comportement de prospection

- Déterminer votre livre de recette du succès
- Planifier vos activités de prospection
- Bâtir et maîtriser votre « Infomercial » ou spot publicitaire
- Effectuer des appels à froid sans pression.