

Techniques de vente dans le secteur du matériel médical



Techniques de vente dans le secteur du matériel médical

Objectif global

Développer ses compétences en techniques de vente

Compétences visées

Conquérir de nouveaux clients

Vendre des prestations et prestations associées

Fidéliser ses clients

Public

Personnel en charge de la relation clients/vente dans un magasin de matériel médical

Notre formation est accessible au public en situation de handicap. Afin de faciliter et d'assurer les meilleures conditions d'apprentissage, il est toutefois vivement conseillé de nous contacter au préalable afin de mettre en oeuvre les dispositions qui s'imposent. Référent handicap : g.lagoutte@formedic.fr

Pré-requis

Etre sur un poste de conseiller vendeur / techni-commercial en matériel médical

Profil de l'intervenant

Formateur métier, professionnel médico-technique en charge du développement commercial

Méthodes pédagogiques

Expositive et active - Apports de connaissances théoriques
- Ateliers pratiques- mises en situation professionnelles

Modalités d'évaluation des compétences

Compétence évaluée : Maîtrise de l'entretien de vente (physique/ distanciel) en matériel médical
méthode d'avaluation : mise en situation

Conditions

Durée	14 heures, 2 jours
Lieu	En inter ou en intra (6 pers min, 12 maximum), en présentiel
Tarif	Coût individuel ou groupe, Nous consulter Inscription possible jusqu'à 5 jours avant le démarrage de la formation.
Validation	Attestation de formation

Modalités d'évaluation de la formation

Questionnaire de satisfaction final

Questionnaire d'évaluation de la formation

PROGRAMME

Contenu

Jour 1

Présentation de la formation - Tour de table

1/ Les étapes clés de la Gestion de la Relation Client

Conquérir, vendre, fidéliser

Développement d'une stratégie efficace autour des 3 objectifs de la GRC

La conquête de nouveaux clients, par la mise en avant de la culture de son agence

Le développement efficace de son agence

La mise en oeuvre des actions commerciales

Le positionnement et la différenciation face à la concurrence

2/ Les méthodes de ventes et ventes additionnelles

La structuration d'un entretien de vente

De l'accueil à l'argumentaire

L'écoute client – le questionnement - la reformulation

Jour 2

La vente des prestations complémentaires avec méthode
Intégrer le plan de vente « Cross selling » dans sa démarche commerciale

Identifier les arguments et anticiper les objections

Evaluation des techniques d'entretien de vente

3/ La gestion et l'exploitation des réclamations clients et leur traitement

L'utilisation des enquêtes de satisfaction à des fins commerciales

Les moyens pour réactiver un client perdu.

bilan de la formation