

# LA VENTE DE SERVICE

## OBJECTIFS PEDAGOGIQUES.

Mettre en évidence intérêt à parler service.  
Identifier et traiter les objections techniques.  
Être en capacité de détecter et utiliser les leviers d'aide à la décision.  
Contribuer à faire progresser ses collaborateurs.

## AXES ESSENTIELS.

### NOS REUSSITE

Faire ressortir les ingrédients de la réussite.  
Identifier les freins et les blocages.

### LES REPONSES

Les groupes identifieront pour chaque blocage les réponses des phrases et des techniques.  
Connaître l'importance à parler et faire souscrire le service.

### LA FORMATION

Quand parler service.  
Choisir le moment le plus adapté.  
Comment argumenter le service.  
Comment faire évoluer votre collaborateur.  
Travailler le réflexe.

### NOS ENGAGEMENTS

Construction d'un référentiel.  
Groupes de travail pour la rédaction d'engagements et d'objectifs.  
Création d'un plan individuel d'action (démarche personnelle) : chaque participant suit sa progression.  
Clôture de la formation.

### RETOUR SUR L'EXPERIENCE

Rappel des points importants révélés sur la première journée.  
Retour sur expérience : si les 2 jours sont espacés.  
Identification des réussites.  
Identification des zones d'amélioration.  
Identification des loupés.



## PUBLIC :

Tous les VENDEURS ayant des services à proposer.

## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

Exposés thématiques.  
Exemples concrets d'expériences de stagiaires.