

TABLE DES MATIÈRES

Introduction

CHAPITRE 1

La vente et ses méthodes

1. Introduction
2. Définition de la vente
 - 2.1 *L'art de convaincre*
 - 2.2 *Définition juridique et autres définitions*
 - 2.3 *Trois éléments essentiels*
3. Les acteurs de la vente
4. La vente directe
5. Les différentes méthodes de vente
 - 5.1 *D'un point de vente*
 - 5.2 *D'un commercial sédentaire*
 - 5.3 *D'un commercial itinérant*
 - 5.4 *La vente en porte-à-porte*
 - 5.5 *La vente sur rendez-vous*
 - 5.6 *La vente en réunion*
 - 5.7 *La vente sur internet*
 - 5.8 *La vente dans l'immobilier*
 - 5.9 *Les produits de luxe*
 - 5.10 *La vente personnalisée*
6. Les méthodes de vente illicites
 - 6.1 *Les pratiques commerciales déloyales*
 - 6.2 *Les pratiques commerciales réglementées*
 - 6.3 *Les pratiques commerciales illicites*
 - a) Le refus de vente
 - b) La subordination de vente : vente liée ou en quantité imposée.
 - 6.4 *Les pratiques restrictives de la concurrence*
 - a) La revente à perte
 - b) Fausse coopération commerciale
 - c) Rupture de relation commerciale
 - d) Prix minimum imposé
 - 6.5 *Le dumping est interdit*
7. Ventes et pratiques commerciales réglementées
 - 7.1 *Définition des soldes*
 - 7.2 *Quelques précisions concernant les articles soldés*
8. Autres formes de ventes illicites
9. Les difficultés de la vente
10. Leadership et charisme

CHAPITRE 2

Étapes et techniques de la vente

1. Les étapes de la vente
 - 1.1 *La prospection*
 - a) Définition
 - b) Les méthodes de prospection
 - c) Les modes de prospection
 - 1.2 *La prise de contact*
 - 1.3 *La découverte du client*
 - 1.4 *La proposition et la recommandation de produits*
 - 1.5 *L'argumentation*

- a) La méthode cap
 - b) Tableau croisé cap / soncas
 - c) La méthode aida
- 1.6 *La réponse aux objections*
- 1.7 *La conclusion*
- 1.8 *La prise de congé*
- 2. Les techniques de vente pour la vente directe
 - 2.1 *Les métiers de la vente directe : le vendeur à domicile*
 - 2.2 *Les techniques de vente*
- 3. La prospection téléphonique
 - 3.1 *Le(s) fichier(s) des clients et prospects*
 - 3.2 *Le script d'appel*
 - 3.3 *Pour mieux appréhender la prospection téléphonique*
 - 3.4 *Argumentaires et techniques d'argumentation*
- 4. La communication en situation professionnelle
 - 4.1 *Situation professionnelle commerciale*
 - 4.2 *Situation professionnelle managériale*
- 5. Outils de prospection
 - 5.1 *Outils adaptés et aides à la prospection*
 - 5.2 *Prospection à l'étranger*
 - a) Première démarche internationale
 - b) Portage export
 - c) Aides à l'exportation
- 6. La fidélisation
 - 6.1 *L'enquête de satisfaction*
 - 6.2 *Les quatre étapes de la fidélisation*
 - a) Acquisition du client
 - b) Diminution des coûts
 - c) Fidélisation du client
 - d) Diminution des coûts des nouveaux clients
 - 6.3 *Le comportement commercial*
- 7. La vente, un outil mercatique

CHAPITRE 3

Le plan d'actions commerciales

- 1. Définition d'un plan d'actions commerciales
- 2. Construction du plan
- 3. Mise en place du plan
 - 3.1 *Une action commune*
 - 3.2 *La faisabilité*
 - 3.3 *Le contrôle*
 - 3.4 *La réactivité*
 - 3.5 *Mise en place*
- 4. Le budget
- 5. La méthodologie

CHAPITRE 4

La négociation

- 1. Introduction
 - 1.1 *La négociation managériale*
 - 1.2 *La négociation commerciale*
- 2. Définition de la négociation

3. Négociation et vente
4. Statut, rôle et missions du commercial
5. Les différents types de négociation
 - 5.1 *Négociation intégrative*
 - 5.2 *Négociation distributive*
6. L'aptitude à négocier
 - 6.1 *L'attitude gagnant-gagnant*
 - 6.2 *Fixer les objectifs*
 - 6.3 *Préparer les arguments*
 - 6.4 *Quelques règles et conseils*
 - 6.5 *La gestion de conflit*
 - a) Divers types de conflits
 - b) Style de gestion de conflit
 - c) Analyse du conflit
 - d) Présence des deux parties et concrétisation d'un accord
 - e) Rôle de médiateur
7. Test de négociation
8. Conduire une négociation
 - 8.1 *Attitude de courtoisie*
 - 8.2 *Écouter*
 - 8.3 *Parler*
 - 8.4 *En situation*
 - 8.5 *Présentation des arguments*
 - 8.6 *Les pauses*
 - 8.7 *Ça se complique...*
 - 8.8 *Refus*
 - 8.9 *Blocage*
 - 8.10 *Situations spéciales*
 - 8.11 *Situations imprévues*
 - 8.12 *Quelques stratagèmes déloyaux*
 - a) Promesses fallacieuses
 - b) Intimidation
 - c) Le saumon
 - d) Les dés sont jetés
 - 8.13 *Situation de crise*
9. Conclure une négociation
10. Le profil du vendeur

CONCLUSION

Le coaching commercial

Glossaire

Bibliographie

Webographie

Qcm

Index