

Description

L'objectif de ces deux CD ROMS est de permettre à des professionnels ou futurs professionnels, de se former à la pratique des techniques de vente indispensables, dans un entretien de vente réussi. L'apprenant est invité à observer des entretiens réels de vente filmés en entreprise. Il est ensuite conduit dans une démarche déductive, à analyser et expérimenter le bien fondé des règles utilisées, règles qu'il devra enfin, mémoriser et pratiquer. L'ensemble très pragmatique et opérationnel a pu être réalisé grâce à la participation de 16 entreprises appartenant aux 3 grands secteurs d'activité : Grande consommation, Services et Industrie.

Conçus pour une utilisation en autonomie, ces outils s'adressent aussi bien à un public en formation continue, qu'à un public en formation initiale. Intégrés dans un cours, ils permettent à l'enseignant ou l'animateur, de se libérer des apports basiques, pour adapter, enrichir et développer ces contenus, selon la situation et les objectifs d'un "public déjà averti".

> Préfacé par M. Maniak
Inspecteur Général Economie et Gestion de l'Education Nationale.

NEGOSCOOP 2.0 -Volume I, traite de la prise de contact et découverte des besoins du client. NEGOSCOOP 2.0 -Volume II, est consacré aux techniques d'argumentation et conclusion. Un accès direct à Internet permet, sans quitter les CD ROMS, d'élargir les sources d'information ou d'observation, et d'établir une liaison quotidienne avec les grands journaux économiques et/ou avec l'e-mail du professeur. Une version " lite " du système auteur donne à l'enseignant la possibilité de créer lui même des compléments personnalisés.

Pour élargir les possibilités d'exploitation pédagogique, parallèlement aux CD ROMS, est éditée une cassette VHS (durée 90 mn) reprenant l'intégralité des trois négociations authentiques qui ont été filmées.



Contenu pédagogique

Volume 1

Chapitre 1 : prise de contact

Leçon

- | | |
|-----------------------|--|
| - Salutations | -Cours |
| - Mise en confiance | -Observation et analyse |
| - Objectifs de visite | -Vidéos : RANK XEROX - NESTLE FRANCE - PLASTICO |
| | -Exercices : Savoir se présenter, exprimer son objectif :
Autres entreprises (sons) |

Chapitre 2 : Découverte des besoins du client

Leçon

- | | |
|---|--|
| - Technique des Questions | -Cours
-Observation et analyse des questions
-Vidéos : RANK XEROX
-Exercices : Savoir poser la question utile.
Autres entreprises (son). |
| - Synthèse des informations recueillies : Les attentes du client. | -Observation vidéo NESTLE France
-Analyse des questions NESTLE France |
| - Reformulation | -Découverte des attentes du client : vidéos NESTLE et RANK XEROX
- Cours
- Les reformulations des vendeurs NESTLE et RANK XEROX
- Exercices : Comprendre les attentes.
(Autres entreprises). |
| - Principales Qualités du vendeur | - Observation vidéo PLASTICO.
-Analyse des questions du vendeur, des attentes du client, des reformulations du vendeur
-Cours
-Découverte des qualités des vendeurs |

Volume 2

- PLASTICO, RANK XEROX, NESTLE .
-Exercices : Savoir reformuler

Chapitre 3 : Argumentation

Leçon

- | | |
|------------------------------|--|
| - Présentation des arguments | -Observation : Vidéo RANK XEROX
-Analyse des arguments
-Cours
-Exercices : Savoir présenter un argument. |
| - Réponses aux objections | -Observation vidéo NESTLE France
-Analyse des arguments NESTLE
-Cours
-Analyse des objections NESTLE et RANK XEROX
-Exercices : Savoir répondre aux objections |
| - Signes d'achats | -Observation vidéo PLASTICO
-Analyse des arguments et réponses aux objections du vendeur PLASTICO
-Cours
-Repérage des signes d'achats : vidéos PLASTICO, RANKXEROX , NESTLE
-Exercices : Savoir repérer les signes d'achat.
Autres entreprises (sons). |

Chapitre 4: Conclusion

Leçon

- | | |
|------------------|--|
| - Objection prix | -Cours |
| - Conclusion | -Observation et analyse : Vidéos :
RANK XEROX - NESTLE FRANCE - PLASTICO
-Exercices : Savoir conclure. |

