

# Aperçu du programme SPIN<sup>®</sup> Selling

## Objectifs

À l'issue du programme chaque participant sera en mesure de :

- analyser les forces et les faiblesses de son propre style de vente ;
- décrire la dimension psychologique des besoins du client ;
- décrire les comportements ou compétences clés, utilisés par les vendeurs performants dans leurs relations avec les clients ;
- disposer d'un canevas pour préparer les entretiens de vente en fonction de ces comportements ;
- développer les besoins des clients tout en évitant les objections, après avoir fréquemment mis en pratique les comportements efficaces ;
- élaborer une stratégie pour traiter avec les clients difficiles qui formulent des objections ou ont un faible niveau de réaction ;
- mesurer objectivement leurs performances comparées au modèle de compétences et créer un Plan d'Action pour un développement continu des savoir-faire après la formation.

## Qui est concerné

Toutes personnes impliquées dans la vente de produits ou de services perçus par le client comme à forte valeur ajoutée et impliquant d'importantes décisions. En plus des cadres commerciaux et de leurs managers, les ingénieurs, les techniciens spécialisés ou les personnes en charge des relations clients et confrontées à des opportunités de vente, tireront également profit de ce programme.

## Contenu du programme

- Principes de base de l'Analyse Comportementale – applications dans la recherche sur le développement des compétences ;
- Comprendre votre propre style de persuasion – êtes-vous naturellement "PUSH" ou "PULL" ;
- La dimension psychologique des besoins du client – définition des Besoins Implicites et Explicites – ce qu'ils vous apprennent sur l'état d'esprit du client : quels sont les besoins prédisant le succès de la vente ;
- L'ouverture de l'entretien – éviter une ouverture stéréotypée – obtenir le droit de poser des questions ;
- Le Modèle SPIN<sup>®</sup> pour développer les besoins :
  - Questions de Situation
  - Questions de Problèmes
  - Questions d'Implication
  - Questions Orientant vers une Solution Avantageuse
- Démontrez votre Capacité – la *vraie* définition d'un Bénéfice Client – les dangers des Caractéristiques et des Avantages ;
- Objections – le mythe anéanti : elles n'indiquent ni un intérêt ni une opportunité – comment les éviter – comment les traiter ;
- La Conclusion – pourquoi les conclusions trop hâtives ou trop fréquentes sont dangereuses – le seul et unique moyen d'obtenir un engagement.

## Animation et taille du groupe

L'animation du programme est assurée par un consultant Huthwaite dûment accrédité et, si possible, ayant l'expérience du secteur d'activité du client. Pour que chaque participant(e) reçoive une attention particulière, la taille du groupe est limitée à 12.