

Stage pratique de 2 jour(s)

Participants

Acteurs commerciaux désirant accroître leur efficacité dans la vente et la négociation.

Pré-requis

Expérience souhaitable dans le domaine commercial.

Prix 2024/25 : 1490€ HT

Modalités d'évaluation

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers de multiples exercices à réaliser (50 % du temps).

Moyens pédagogiques et techniques

• Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.

• A l'issue de chaque stage ou séminaire, FORMEA fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.

• Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

Compétences du formateur

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

Répondre aux objections clients

Convaincre et créer de nouvelles opportunités

Comment comprendre, évaluer, anticiper l'objection ? Comment entendre positivement l'objection et l'utiliser comme levier ? A partir de cas concrets, les participants élaboreront leur stratégie de communication afin de répondre aux objections qui leur sont habituellement opposées dans leur pratique commerciale.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Analyser l'objection comme une opportunité
Anticiper et se préparer à répondre aux objections
Adopter une attitude assurée et apaisante pour répondre de manière adaptée
Développer une communication d'influence

1) Entendre et comprendre l'objection

2) Adapter sa communication

3) Anticiper l'objection pour sécuriser le processus

4) Utiliser la communication d'influence pour lever l'objection

Exercice

Exercices, jeux de rôles, échanges de bonnes pratiques.

1) Entendre et comprendre l'objection

- Identifier les différents types d'objections.
- Comprendre le besoin réel qu'elle sous-tend.
- Recueillir et classer les informations : construire une grille de lecture.
- Trouver "l'objection derrière l'objection".
- Analyser à quel moment du processus de vente elle s'exprime.
- Déceler l'objection derrière l'objection.

Exercice

Atelier : identifier et classer des objections rencontrées par les participants.

2) Adapter sa communication

- Cerner la personnalité du client : besoin, attente.
- Ajuster sa communication et la rendre audible.
- Repérer son propre ressenti face à l'objection.
- Percevoir sa "position" face au client.
- Saisir l'objection comme une ouverture et une chance.
- Utiliser les techniques adaptées aux circonstances : cas particulier du prix.

Jeu de rôle

Traiter des objections en face-à-face et en groupe. Débriefing en groupe.

3) Anticiper l'objection pour sécuriser le processus

- Répertorier les objections potentielles : quelles réponses possibles.
- Inverser le processus : à partir de la réponse, quelles objections possibles.
- Constituer son catalogue d'objections et réponses adaptées.
- Transformer l'argument de la concurrence en objection.
- Sortir de son cadre habituel de référence pour garder la main.
- Mesurer l'impact réel de l'objection sur le processus : niveau de "pollution" de l'objection.
- Trouver des alliés et croiser l'information pour lever l'objection.

Exercice

*Identifier les arguments/objections des principaux compétiteurs des participants.
Mesurer le niveau de "pollution" d'une objection et la stratégie adaptée.*

4) Utiliser la communication d'influence pour lever l'objection

- Améliorer sa communication pour mieux influencer.
- S'appuyer sur quelques règles de base issues de l'approche systémique.
- Adopter une communication positive.
- Se centrer sur le client et ses valeurs.
- Ajuster sa communication en face à face ou en groupe : qui est présent, qu'est-ce qui est attendu ?

Jeu de rôle

*Traiter des objections lors d'une présentation chez un client, face à un groupe.
Débriefing en group.*

