

Maîtriser le storytelling commercial

Cours Pratique de 2 jours

Prix 2024/25 : 1 490€ HT

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable d'utiliser le storytelling pour délivrer un pitch commercial percutant.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Créer une histoire captivante qui embarque le client

Raconter son offre commerciale comme la réponse aux besoins des clients

Persuader et convaincre malgré les résistances ou les objections

Ajuster son discours et rebondir

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

En complément de cette formation, ORSYS met à disposition des adhérents Atlas des modules de Mobile Learning. Ils seront disponibles 7 jours avant la formation et pendant 30 jours après la formation.

TRAVAUX PRATIQUES

Séquences de découverte, apports de connaissances, cas pratiques, mises en situation, partages d'expériences

LE PROGRAMME

1) Découvrir le storytelling

- Découvrir les principes du storytelling.
- Connaître les différents usages du storytelling (commerce, communication).
- Comprendre les apports fondamentaux du storytelling (sens et émotion).

Réflexion collective : Etude d'exemples de storytelling célèbres.

2) Préparer sa présentation avec le storytelling

- Comprendre la complémentarité des deux dimensions d'une présentation réussie : dimension rationnelle et émotionnelle.
- Sélectionner l'information pour éviter l'exhaustivité.
- Apprendre à se démarquer grâce à son storytelling

Réflexion collective : A partir d'exemples fournis par les participants ou le formateur, exercices d'identification de messages clés, d'angles de vue, de type d'auditoire.

3) Concevoir et raconter son offre commerciale

- Savoir rédiger son pitch.
- Adapter son pitch en distanciel.
- Découvrir ou redécouvrir le schéma narratif, concept à la base de toute histoire.
- Adapter le schéma narratif à l'usage professionnel pour construire le plan de sa présentation.

Mise en situation : A partir d'exemples fournis par les participants ou le formateur, rédaction et mise en situation de pitch. Echanges et partages de bonnes pratiques.

4) Adapter son pitch

- Réussir son entrée.
- Utiliser les outils technologiques nécessaires.
- Préparer des outils visuels percutants.
- Adopter un rythme de présentation pour captiver son auditoire jusqu'à la conclusion. *Mise en situation* : A partir d'exemples fournis par les participants ou le formateur, rédaction et mise en situation de pitch à distance. Echanges et partages de bonnes pratiques.

PARTICIPANTS

Commercial, consultant, chargé de relation client.

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

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.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques... Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

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.
- À 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.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation. La formation est accessible dans les deux mois après inscription du candidat.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez M GALDEMAR, référent handicap, à l'adresse suivante contact@formeaformation.com pour étudier avec nous votre demande et sa faisabilité.

5) Convaincre malgré les résistances ou les objections

- Comprendre l'impact de la communication para-verbale et non-verbale.
- Conférer davantage de poids sémantique à son propos en insérant pauses et silences.
- Développer son écoute active.
- Créer un lien avec le prospect : transmettre ses émotions pour convaincre.
- Rebondir face aux objections du prospect.
- Conclusion de la vente.

Mise en situation narrative de schéma de vente autour d'objections et résistances.