

Professionaliser sa démarche commerciale

Cours Pratique de 3 jours

Prix 2024/25 : 2 190€ HT

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de comprendre ses clients, pour saisir les opportunités et installer une relation commerciale de qualité.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

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

Préparer l'entretien commercial : connaître son offre, ses clients et son marché

Adopter une posture commerciale valorisante

Maîtriser les techniques de communication

Faire face aux objections et aux situations délicates

Repérer les opportunités pour proposer une offre de service adaptée

Négocier jusqu'à la signature

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

En complément de cette formation, FORMEA 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

Ateliers pratiques progressifs sur les savoir-faire et savoir-être (plus de 50% du temps de la formation). Jeux de rôle filmés. Boîte à outils.

LE PROGRAMME

1) Préparer un entretien commercial

- Connaître son offre, les enjeux et tendance de son marché.
- Contexte de l'entretien de vente.
- Se préparer (dans la tête et dans la pratique).
- Structurer une référence active : obtenir une recommandation.
- Identifier les bénéfices pour votre interlocuteur de vous recevoir.
- Lui communiquer ce bénéfice avec enthousiasme.

Réflexion collective : Atelier : à travers les expériences Tops et Flops vécues ou observées, identifiez les étapes et les postures d'un entretien commercial réussi.

2) Gagner la confiance dès les premières minutes

- Mieux comprendre le client et instaurer un climat de confiance : règle des 4x20.
- Utiliser les quatre vecteurs de communication : voix, posture, regard, présence physique.
- Saisir l'importance du non-verbal.
- Faire face à une attitude de réserve et de repli.

Mise en situation : Mise en situation : Atelier pitch commercial. Présenter sa société en une minute (filmé et analysé).

3) Identifier les besoins et les motivations d'achat

- Découvrir les stratégies du client : ses objectifs, ses contraintes, ses enjeux.
- Identifier le style de communication de son interlocuteur et s'y adapter.
- Identifier le réseau d'influence.
- Hiérarchiser les priorités commerciales à partir des objectifs de l'acheteur.
- Cerner les motivations de son interlocuteur.
- Utiliser les outils de la découverte : questions, empathie, écoute active, reformulation.

Jeu de rôle : Atelier : appliquer les outils de la découverte dans une prise de contact rapide. Débriefing en groupe.

PARTICIPANTS

Tout salarié amené à développer une démarche commerciale dans le cadre de ses missions.

PRÉREQUIS

Il est préférable d'avoir déjà été impliqué dans les relations clients.

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.

4) Affiner son argumentation

- Choisir les arguments en fonction des informations recueillies.
- Bâtir et structurer son argumentation.
- Savoir communiquer en termes de bénéfices client.
- Vendre par la preuve.
- Se démarquer de la concurrence.
- Les trois techniques de présentation du prix.

Travaux pratiques : Présenter la solution en lien direct avec les besoins identifiés durant la phase de découverte.

5) Argumenter de façon persuasive et assertive

- Affirmer vos intentions.
- Adopter une attitude assertive.
- Rassurer votre client.
- Utiliser le recadrage positif.
- Utiliser le bon canal de communication.
- Eviter au doute de s'installer.

Travaux pratiques : Test sur l'assertivité et entraînement à un entretien en utilisant et observant la posture assertive. Débriefing.

6) Oser vous affirmer face à vos clients

- Savoir répondre posément à une critique.
- Traiter efficacement les objections.
- Prononcer un refus acceptable par le client.
- Pratiquer "l'anti-vente".

Réflexion collective : Accueillir et gérer les différentes objections clients. Débriefing collectif.

7) Traiter les objections

- Les attitudes à adopter face aux objections.
- Les trois étapes clés du traitement d'objections.
- Identifier les types d'objections et les anticiper.
- Les techniques de traitement.
- Transformer une objection en élément positif.

Travaux pratiques : Atelier : entraînement pratique sur les objections les plus fréquentes.

8) Obtenir l'engagement du client

- Détecter les signaux d'achat.
- Choisir la bonne forme de conclusion.
- Maîtriser les stratégies de fidélisation pour faire de chaque client un ambassadeur.
- Capitaliser la connaissance : le compte-rendu d'entretien.

Travaux pratiques : Atelier : reconnaître les signaux d'achat et les signaux de vigilance.

Conclure efficacement l'entretien de vente. Rédiger le compte-rendu.