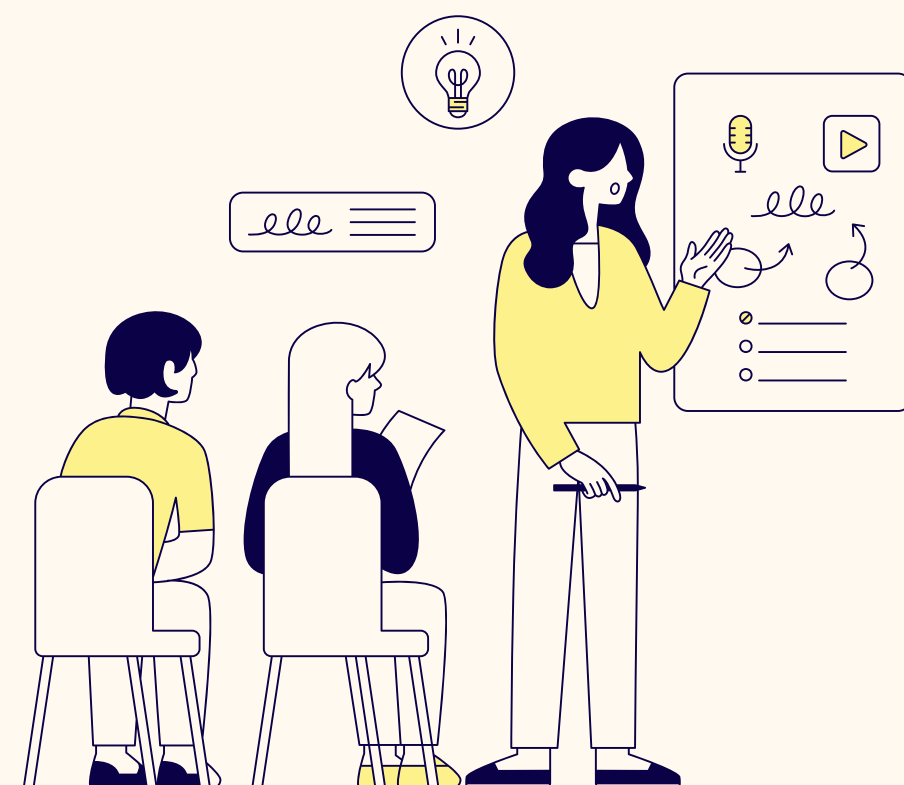


Module 2

Professionaliser sa démarche commerciale en face à face



Module 2



Publics :

Tout salarié étant amené à développer une démarche commerciale dans le cadre de son expertise ou de ses missions

Prérequis :

Avoir déjà été impliqué dans les relations clients et disposer d'une expérience de 1 à 3 ans minimum

Durée :

4 jours (2+2) - Intersession de 3 à 5 semaines

Objectifs de formation :

Cette formation permettra aux participants de :

- Connaître les quatre étapes clés de la démarche commerciale
- Identifier les spécificités de la vente de prestations
- Obtenir les informations permettant d'aboutir à un diagnostic de ses besoins
- Construire son offre et son argumentation en réponse aux besoins, attentes et motivations du client
- Proposer son offre de manière convaincante
- Répondre aux objections
- Négocier sa prestation en préservant ses marges
- Conclure et obtenir l'engagement du client
- Pérenniser la qualité de la relation

Méthodes pédagogiques

Des méthodes très vivantes et actives :

- Travaux en ateliers
- Etudes de cas contextualisés
- Mises en situations adaptées aux spécificités des métiers de la branche
- Activités de découverte : brainstorming, jeux pédagogiques, ...
- Partage d'expériences

Des apports théoriques et méthodologiques

Les participants établiront leur PAI : plan d'action individuel

Les participants construiront leurs propres outils à partir de grilles qui leur seront proposées.

Les participants, s'ils le souhaitent, pourront travailler sur leur propre fichier commercial (clients et prospects)

Modalités d'évaluation

- Mises en situation, entraînements ou exercices donnant lieu à un feedback du formateur
- Autoévaluation par le participant

Participants en situation de handicap

Nous invitons les participants en situation de handicap à contacter notre référent handicap afin que nous envisagions ensemble les meilleures solutions pour adapter notre formation à leurs besoins.

Programme

CONTENU DÉTAILLÉ DU MODULE

1 - Démarche commerciale, de quoi parlons-nous ?

- Les spécificités de la démarche commerciale pour les métiers de la Branche
- Les quatre étapes de la démarche commerciale et leurs objectifs respectifs : le « carré d'As de la Vente »
- L'état d'esprit et la posture appropriés

2 - La phase de diagnostic

La préparation

- Préparer son dossier et recueillir les informations
- Identifier les informations à obtenir, dans le respect du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) en matière de collecte et de traitement des données
- Définir son objectif

L'entretien

- Créer les conditions favorables à l'échange grâce à une prise de contact réussie
- Pratiquer les techniques d'écoute active :
 1. La règle des 80/20
 2. Les questions efficaces – la reformulation – le silence
 3. Tenir compte du cadre de référence de son interlocuteur pour éviter les risques d'incompréhension (inférences)

Découvrir les besoins, attentes et motivations de son interlocuteur

- Organiser son questionnement pour obtenir des informations utiles et implicantes : la méthode CIAO
- Découvrir les motivations d'achat « irrationnelles »

Établir son diagnostic

Programme

3 - La phase de vente

La préparation

Construire sa réponse et son argumentation :

- Identifier les points forts de son offre en adéquation avec les besoins identifiés
- Transformer les caractéristiques en avantages et bénéfices clients définir son objectif

INTERSESSION DE 3 À 5 SEMAINES : MISE EN OEUVRE DU PAI

L'entretien

Présenter son offre de manière convaincante : parler «bénéfice» et choisir le registre adapté aux motivations d'achat de son interlocuteur

Accueillir les objections et les traiter

- Comprendre ce qui amène le client à objecter
- Identifier le type d'objection : les 3 familles d'objections
- Choisir la parade appropriée

Donner des preuves

Programme

4 - La phase de négociation

La préparation

- Identifier les « objets » à négocier pour éviter le piège de la négociation « centrée prix »
- Établir sa grille de négociation : position affichée – objectif – point de rupture

L'entretien

- Repérer le « bon moment » pour entrer en phase de négociation : « pas de négociation tant que le client n'a pas envie d'acheter »
- Identifier le champ de la négociation grâce à une écoute attentive
- Manier habilement le système des concessions – contreparties
- Identifier et déjouer les tactiques de son interlocuteur
- Faire valider les étapes et obtenir l'engagement : le closing

5 - La phase de réalisation

- Pérenniser la qualité de la relation commerciale
- Porter l'image de son entreprise
- Détecter de nouvelles opportunités