

PROFESSIONNALISER VOTRE DÉMARCHE COMMERCIALE

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Préparer votre entretien commercial.

- Prendre conscience de l'importance d'une préparation : les risques à ne pas préparer son entretien commercial ?
- Analyser votre positionnement sur le marché.
- Être en veille commerciale constante : comment utiliser l'IA ?
- Préparer son entretien (prospect/client, enjeux et objectifs, circuit de prise de décision, problématique de marché, acteurs, concurrence), dans le respect du RGPD.
- Définir ses objectifs commerciaux et sa démarche stratégique globale et RSE.
- Démystifier les 7 qualités et croyances pour réussir dans la vente.

Adopter une posture commerciale valorisante : créer un 1er contact efficace.

- Comprendre les atouts de la communication et en mesurer les impacts, intégrer la synchronisation, le cadre de référence et la règle des 4x20.
- Réussir son accroche, en trouvant sa formule magique : se présenter dans sa fonction de représentation (conseiller, partenaire, ambassadeur...), se fixer un objectif, cadrer l'entretien, présenter son entreprise, son expertise et valeur ajoutée, rassurer, susciter l'intérêt.
- Mettre en confiance son interlocuteur : Cultiver la transparence, identifier les motivations ou les appréhensions du prospect /client, connaître la carte de l'empathie et les biais cognitifs, que ce soit en face à face ou à distance.
- Adopter une communication positive, assertive et enthousiaste.

Maîtriser les techniques de communication, pour mieux explorer les besoins de vos clients.

- Découvrir les différents types de personnalités et de comportement, pour mieux comprendre son interlocuteur. Appréhender les 4 styles de communication pour adapter son discours (DISC).
- Adopter et tenir une position d'écoute active pour mieux cerner les attentes : utiliser les techniques de relances efficaces.
- Se définir des objectifs explicites et implicites.
- Pour choisir vos questions, découvrir les différents besoins et motivations d'achat SONCASE.

OBJECTIFS DE FORMATION

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

PUBLICS CONCERNÉS

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

PRÉREQUIS

Aucun.

DURÉE

3 jours ou 21 heures +

1 heure de suivi collectif par visioconférence à 45 jours

Accès à la plateforme Activ'learning.

INTERVENANT

Consultant en développement commercial et vente, 20 ans d'expérience dans la vente.

Détecter les opportunités pour proposer une offre de service adaptée.

- Reconnaître les 6 profils d'interlocuteurs : décideur, acheteur, financeur, utilisateur, prescripteur, facilitateur.
- Structurer son argumentaire avec le CAPB, pour mettre en avant les rubriques incontournables de son offre, croisé au SONCASE.
- Adapter son discours commercial : distinguer le relationnel, la vente, le marchandage et la négociation.
- Proposer une solution et valoriser son offre, en créant de la valeur ajoutée.
- Focus sur les propositions commerciales écrites, via la méthode CODER.

Gérer les objections et les situations délicates.

- Décrypter la nature et la légitimité des objections.
- Transformer les objections en adhésion, avec la méthode ART.
- Savoir dire « non », « je ne sais pas » ou « laissez-moi revenir vers vous ».
- Connaître les attitudes à adopter face aux objections : factuel, calme, ferme, patient.
- Préparer ses réponses, croisées SONCASE/SWOT
- Transformer une situation de blocage en solution « gagnant/gagnant » et opportunité, avec la méthode SCORE.
- Obtenir le point de vue et le feed-back du client.

Négocier jusqu'à la signature.

- Connaître ses marges de manœuvre et son profil de négociateur.
- Distinguer les différents types de techniques de négociation : confrontation, coopération, concession/contrepartie...
- Intégrer les dimensions financières dans la négociation....et la dimension émotionnelle.
- Valoriser ses offres, en maintenant sa posture commerciale.
- Adopter une posture commerciale éthique (transparence, respect, consentement).
- Identifier les différentes phases de « closing » : détecter les signaux d'adhésion et les freins à la conclusion, savoir quand et comment conclure, verrouiller et déclencher l'engagement et la motivation, oser proposer des ventes additionnelles, détecter de nouvelles opportunités, planifier les prochaines étapes pour entretenir la relation client.

Bâtir votre plan d'action en vue du suivi post-formation.

Méthodes et moyens pédagogiques

- Autodiagnostic : négociateur.
- Étude de cas individualisée.
- Ateliers en sous-groupes et collectifs.
- Mises en situations et jeux de rôles
- Jeu collectif.

