

**3 JOURS**

Présentiel 21 h

Distanciel 21 h

PROFESSIONNALISER SA DÉMARCHE COMMERCIALE EN FACE À FACE

**PUBLICS CONCERNÉS**

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

**PRÉREQUIS**

- Avoir une implication dans les relations clients de 1 à 3 ans minimum
- Avoir suivi le module e-learning associé

**OBJECTIFS**

- Comprendre les enjeux d'une démarche commerciale et se préparer pour optimiser ses actions à chacune des étapes (analyse avant-vente, démarche commerciale, fidélisation)
- Mettre en œuvre la méthode de vente adaptée (vente-conseil AIDER) pour conduire l'entretien commercial avec aisance du premier contact à la signature



Les collaborateurs de la branche disposent d'une forte expertise dans leur métier et sont en contact quotidien avec leurs clients **ce qui les rend actifs dans la démarche commerciale. Cette formation apporte une véritable méthode et une culture commerciale opérationnelle pour « faire acheter » des solutions et services.** La méthode AIDER permet de développer **les 3 grands rôles indispensables : ambassadeur, conseiller et partenaire du client en avant-vente et tout au long de ses projets.**

PROGRAMME DÉTAILLÉ**1. UNE FONCTION DE REPRÉSENTATION**

- Le profil du client du 21^e siècle : les grandes évolutions ; les conséquences pour le prestataire en vente-conseil ; l'importance de la maîtrise des compétences relationnelles et commerciales

Outils : comprendre les 3 vecteurs de la communication, la congruence et l'empathie

- Se situer dans sa fonction de représentation : ambassadeur, conseiller, ou partenaire du client, en fonction de sa part de responsabilité dans le développement commercial
- Lever les éventuels freins vis-à-vis de l'activité commerciale auprès des clients

Outil : le Moi, la fonction et le rôle.

Atelier : Etat des lieux de son existant – identification de ses actions à mener

2. L'ENTRETIEN COMMERCIAL EN FACE A FACE CLIENT

Les 5 phases de l'entretien commercial : méthodologie AIDER.

Outil : Fiche synthétique AIDER et boîte à outils associée

- **Phase 1 : Être un ambassadeur de son entreprise : savoir engager la relation et accrocher dès le démarrage de l'entretien**

- Développer sa capacité à diagnostiquer et à créer de la valeur pour le client grâce aux techniques de communication, d'argumentation et de traitement des objections
- Comprendre et activer la logique de la négociation pour s'y préparer efficacement

MÉTHODES PEDAGOGIQUES

Centrée sur la mise en pratique.

Les participants appliquent les outils et méthodes lors de simulations et jeux de rôle. Un support complet et des fiches synthétiques cartonnées facilitent l'ancrage au quotidien des techniques clés.

Un **module e-Learning** est ouvert pendant 6 mois..

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Support complet avec les concepts et les exercices d'entraînement des Quizz et un Plan de Progrès individuel.

MODALITÉS

- INTER ou INTRA à partir de 5 participants
- Lieux : IDF et Province

FINANCEMENT

Pour les adhérents de l'OPCO ATLAS, cette formation est disponible en Action collective. Pour toute question sur ce dispositif de financement, contactez nos conseillères formations :

- Par téléphone : 01 47 39 02 02
- Par mail : info@evoluteam.fr

- Les fondamentaux de la prise de contact lors d'un rendez-vous client : les fondamentaux de l'accroche : " On n'a jamais deux fois l'occasion de faire une bonne première impression... " - les pièges à éviter – bonnes pratiques.
- La préparation du rendez-vous client : l'analyse amont

Recueil des informations sur le client et sur le projet. Préparation des questions.

- Le déroulé de la première partie du rendez-vous : les points clés de l'Accroche
- Présentation de soi et de son entreprise : pitch - mises en situation.

○ Phase 2 : Devenir un expert en diagnostic : faire émerger les attentes et besoins

Cette phase apporte des techniques pour identifier le besoin, les attentes, les freins, le processus de décision, le budget et prendre conscience que « *la chose la plus importante en communication est d'entendre ce qui n'est pas dit* » pour diagnostiquer le plus largement possible le périmètre du besoin.

- Comprendre la « bulle du client »
- La boîte à outil : écoute, questions, reformulation, cadre de référence, le centrage sur les motivations du client (SONCAS)
- Exercices d'appropriation et mise en situation

○ Phase 3 : Démonstration : agir en conseiller du client pour convaincre

Cette phase apporte des techniques pour valoriser son offre, démontrer la valeur créée pour le client et traiter les objections. Elle est utile à connaître dès les entretiens d'avant- vente et prend plus d'ampleur en soutenance commerciale et en phase de négociation.

Les outils de la démonstration

- Apprendre à co-construire la vision d'un projet naissant et valider les étapes avec le client
- Apprendre à valoriser une offre de prestation dans une optique centrée sur le client
- Les bases de l'argumentation et du traitement des objections : argumenter en termes de valeur d'usage non limitée aux aspects techniques

Outils : le CAB pour construire ses arguments et les défendre, les 4 preuves, le traitement des objections (APARA), l'assertivité

- Exercices pratiques et mise en situation à partir de cas contextualisés

Une fonction de représentation

- Le profil du client du 21e siècle : les grandes évolutions ; les conséquences pour le prestataire en vente-conseil ; l'importance de la maîtrise des compétences relationnelles et commerciales

○ Phase 4 et 5 : Economie et Résolution, adopter une posture de partenaire du client pour conclure

L'acte de vente est en général effectué en plusieurs entretiens. Une fois le besoin identifié et le périmètre bien compris, après avoir démontré la valeur de l'offre, c'est le moment de savoir conduire une négociation et d'engager à conclure l'affaire dans un esprit de pérennisation de la relation commerciale.

FORMATION À DISTANCE

Pendant toute la période de votre formation, pour toute question relative à la plateforme ou pour toute assistance technique, notre équipe pédagogique en charge des modules e-Learning, répondra à vos questions

- de 9h30 à 17h30 au
01 47 39 02 02
- ou sur l'adresse mail
suivante :
contact@creativelearning.digi
talcamp.fr

Elaborer sa stratégie de négociation

- Comprendre la logique de la négociation
- Identifier quel type de négociateur vous êtes
- Préparer sa stratégie de négociation

Outil : le Kit de préparation en 5 étapes (1. Objectifs et Positions, 2. MESORE, 3. Concessions et contreparties, 4. ZOPA, 5. Gains mutuels)

- Comprendre les enjeux et positions clients

Connaître les 5 étapes de l'entretien de négociation

- La prise de contact – créer le climat de confiance
- L'annonce des objectifs et la recherche des objectifs réels
- La phase des concessions et contreparties (l'argumentation du prix, la décomposition du budget et la défense de la valeur et de la marge)
- La conclusion de l'entretien de négociation et la pérennisation de la relation commerciale – simulation
- Quiz de vérification des connaissances
- Enrichissement d'un Plan de Progrès Individuel
- Débriefing de fin de session