



2 JOURS



Présentiel 14 h
(2 journées consécutifs)



Distanciel 14 h (2
journées non consécutifs 1
+ 1 jour avec intervalle
de 5-10 jours)



PUBLICS CONCERNÉS

- Commercial, consultant, chargé de relation client



PRÉREQUIS

- Aucun



OBJECTIFS

- 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

Plateforme pédagogique : accessible dès 15 jours avant le présentiel et pendant 3 mois

Présentiel/classe virtuelle : alternance de théorie, d'exercices et de mises en situation

MAITRISER LE STORYTELLING COMMERCIAL



Cette formation s'adresse aux collaborateurs amenés à utiliser le storytelling pour un pitch commercial percutant. Elle vous apporte une **méthodologie complète pour embarquer votre public et convaincre.**

ARTICULATION ET RYTHME PÉDAGOGIQUE

- 2 journées de formation synchrones
 - en présentiel (2 jours consécutifs)
 - en distanciel (classe virtuelle : 2 jours non consécutifs 1 + 1 jour avec intervalle de 5-10 jours)

PROGRAMME DÉTAILLÉ

EN AMONT

Durée du parcours digital : 19 minutes

Ouverture de la plateforme pédagogique 15 jours avant la formation et 90 jours après la formation

- Forum collaboratif
- E-supports de formation téléchargeables
- Podcast : « Décuplez votre chiffre d'affaires avec le storytelling » (19 mn)

PROGRAMME DÉTAILLÉ

1- QU'EST-CE QUE LE STORYTELLING ?

- Les différents domaines d'application du storytelling (script Entertainment, marketing, communication, politique ...)
- Le storytelling dans son processus commercial



Brainstorming : qu'est-ce que le storytelling, quand l'utiliser et pourquoi ?

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Pendant la formation, chaque participant utilise un support qui reprend les concepts et différents points traités et des exercices d'application et d'entraînement.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- à Clichy-la-Garenne (92110) ; et à Paris :
 - une salle de formation + une salle de détente au cœur du 2^e arrondissement, accessible par 4 lignes de métro
 - PC, relié à un écran LCD pour vidéoprojection
 - Vidéoprojecteur
 - Paper-board
 - Accueil avec café, thé, eau, jus d'orange et gâteaux

MODALITÉS

- INTER ou INTRA à partir de 4 participants
- **Lieux** : ILE-DE-FRANCE, NORMANDIE, HAUTS-DE-FRANCE, GRAND-EST, BOURGOGNE-FRANCHE-COMTE

ACCESSIBILITÉ

Inclusion de différents types de handicap. Vous êtes en situation de handicap, intéressé.e par le programme ? Contactez notre Référent Handicap pour préciser votre besoin : clemence.terrier@evoluteam.fr

2. REUSSIR SON STORYTELLING

- Exemples marquants réussis de storytelling
- Les ressorts du storytelling
 - L'engagement émotionnel
 - Le chemin et la quête de sens : répondre aux besoins clients

 **Mise en pratique** à partir de 2 cas concrets, pour retrouver les clés d'un storytelling réussi

- Le schéma narratif du storytelling appliqué au domaine commercial

Atelier sur le schéma narratif appliqué à la démarche commerciale

 **Fiches outils** :

- Le storytelling : une histoire captivante
- Le schéma narratif

3. UTILISER LE STORYTELLING POUR RENDRE SON PITCH IMPACTANT

- Les moyens au service d'un bon pitch : les images, la musique, le choix des mots, le langage corporel, les techniques d'accroche...)
- Comment se préparer

Activité sur les clés d'une préparation efficace avant un pitch

 **Atelier fil rouge** : élaborer son pitch avec une approche percutante

Quiz de synthèse

 **Fiches outils** :

- Les moyens au service d'un bon pitch
- Les techniques d'accroche : « L'engagement émotionnel »

4. MAÎTRISER L'ART DE LA PRESENTATION

1. Respecter les grands principes d'une présentation réussie

- Les 3 temps de la présentation (bien démarrer)
- Maintenir l'intérêt de l'auditoire tout au long de la présentation

 **Atelier fil rouge** : animation de son pitch face au groupe et débriefing collectif à l'aide d'une grille d'observation

2. Traiter les objections

- Les techniques de traitement des objections : le questionnement, la reformulation influencée, APARA

 **Exercice pratique** : entraînement au traitement des objections

3. Lever les résistances

- La répétition des arguments clés
- La démonstration des conséquences d'une non-action
- L'anticipation de la possession
- L'appel au témoignage
- Les techniques de vente du prix

 **Atelier fil rouge** : Anticiper des objections

4. Adopter la bonne posture dans toute situation

- Les pièges à éviter
- Les règles à observer

PRIX PUBLIC

Inter : 1 390 € HT

Intra : 3 850 € HT

FINANCEMENT OPCO ATLAS

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

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

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@digitalcamp.fr

FORMATION SUR- MESURE

Vous avez un projet sur-mesure, vous souhaitez intégrer votre contexte et vos enjeux spécifiques à la formation, contactez notre Directrice Commerciale :
laure.casta@evoluteam.fr



Autopositionnement

5. Ajuster son discours et rebondir

- Les situations qui nécessitent un ajustement
- La galaxie de l'auditoire : Opposant / sponsor / avocat
- La gestion du stress
- Les 5 « pouvoir » pour rebondir et ajuster son discours à voir plus haut : l'utilisation du silence / l'écoute active / l'empathie / l'assertivité / la position méta



Jeu de rôle : utiliser les 5 « pouvoirs » dans un jeu de rôle final face à des auditeurs aux multiples objectifs



Fiches outils

- Lever les résistances du client
- Les 5 accords Toltèques dans la vente

5. PLAN D'ENTRAÎNEMENT INDIVIDUEL ET CLÔTURE DE LA SESSION

- Enrichissement de son Plan de Progrès Individuel
- Validation des apports par rapport aux attentes
- E-Quiz de validation des compétences de fin de formation
- Conclusion et clôture du stage
- Les participants restent pendant 3 mois en contact via la plateforme digitale pour continuer à échanger entre eux et avec le formateur