

## Professionaliser sa démarche commerciale en face à face

Repas : Non inclus dans le tarif **Durée** : 4 jours (2+2) **Tarif** : 2480.00 €

### Paris

- Nous contacter pour organiser ce stage en INTRA

### CLASSE VIRTUELLE

- Nous contacter pour organiser ce stage en INTRA

---

## Module 3 - Coursus commercial

Référence : COM3

---

### OBJECTIFS

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

### PROGRAMME

#### 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 :

la règle des 80/20

les questions efficaces – la reformulation – le silence

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

## **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

## **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

---

## En savoir +

### Public

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

### Pré-requis

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

### Format

- 2 journées consécutives (14h)

- Intersession de 3 à 5 semaines

- 2 journées consécutives (14h)

### Soit 28h

### 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 vous invitons à nous contacter afin que nous envisagions ensemble les meilleures solutions pour adapter notre formation à vos besoins

---

### **adhérents ATLAS**

Les formations relevant des Actions collectives peuvent être financées jusqu'à 100% par l'OPCO ATLAS (dans la limite des fonds disponibles et selon les conditions en vigueur sur le site de l'OPCO ATLAS),

Les critères à remplir sont les suivants :

- L'entreprise doit être à jour de ses cotisations auprès de l'OPCO ATLAS
- Les participants inscrits doivent avoir le statut de salarié de l'entreprise adhérente

Plus d'informations sur le site [www.fafiec.fr](http://www.fafiec.fr)

*Pour les entreprises soumises à quotas, le calcul de ces derniers sera effectué en fonction du nombre de salariés inscrits et non en fonction du nombre d'inscriptions pour un même salarié, chaque salarié pouvant suivre toute ou partie du cursus.*