



MOTIVENCE

CONSULTING

LES FONDAMENTAUX DE LA VENTE - CONSEIL



OBJECTIF

Savoir adopter les postures les plus efficaces pour développer son portefeuille clients tout en leur offrant une réelle valeur ajoutée

COMPETENCES ACQUISES

- Apprendre à développer une écoute active afin de détecter les besoins implicites, cachés derrière les demandes exprimées par le client.
- Argumenter en fonction des besoins identifiés
- Affirmer sa position avec assurance pour traiter les objections et lever les doutes du client.
- Finaliser la vente en négociant les délais et les conditions financières.

Sur ce programme, un taux de satisfaction de 9,90/10 en 2023/2024



PUBLIC ET PRÉREQUIS

Commerciaux Vente et avant-vente

Pas de prérequis

4 à 14 participants



DURÉE

2 jours soit 14 heures en deux modules de 7 heures



TARIF

Voir Convention



LIEUX

Intra-entreprise uniquement Animation dans des lieux accessibles aux personnes à mobilité réduite



INTERVENANTS

Voir sur le site

www.motivence.net



PROGRAMME

JOURNÉE 1

- **Communication client**

Identifier 3 freins majeurs et 3 leviers de réussite.

Intégrer les lois fondamentales de la communication dans ses échanges.

- **Posture et rôle du commercial**

Comprendre le rôle du commercial et les qualités essentielles associées.

Identifier son propre profil commercial et valoriser ses points forts.

- **Méthodologie de vente-conseil**

Assimiler les 6 étapes clés du processus de vente-conseil.

Maîtriser les premiers instants de l'entretien de vente pour instaurer confiance et crédibilité.

JOURNÉE 2

- **Compréhension des besoins clients**

Identifier les besoins explicites et implicites derrière la demande initiale

Développer des techniques d'écoute active pour mieux cerner les attentes réelles.

- **Techniques de questionnement et reformulation**

Maîtriser les différents types de questions (ouvertes, fermées, alternatives, projectives)

Savoir reformuler pour valider la compréhension et renforcer la relation de confiance

- **Argumentation commerciale ciblée**

Construire un argumentaire en lien direct avec les besoins identifiés

Utiliser la méthode **CAB (Caractéristiques – Avantages – Bénéfices)** pour maximiser l'impact

- **Gestion des objections**

Accueillir les objections comme une étape normale de la vente

Répondre efficacement avec la méthode de l'**Accusé-Réception**

Transformer les objections en opportunités de renforcer l'argumentaire

- **Préparation de la négociation**

Identifier les marges de manœuvre et définir ses contreparties

Élaborer une stratégie de négociation structurée en amont de l'entretien

- **Conduite de la négociation**

Négocier avec affirmation et empathie pour préserver la relation client

Appliquer les **10 règles d'or de la négociation** pour parvenir à un accord gagnant-gagnant

Moyens pédagogiques :

Salle en U, flip chart

Supports pédagogiques par participant : 20 cartes outils (format carte de crédit et digital), fiches des mises en situation, fascicule L&M (papier et numérique) carnet, classeur, bloc notes, environ 70 pages de cours fournies
Matériel de vidéo projection au besoin

Exercices collaboratifs et ex cathedra favorisant la bonne compréhension et l'appropriation des outils

Mises en situation

Feedback ascendant personnalisé

Méthodes : Théorique et Active

Modalités :

Préparation J-7 (fascicule à compléter et renvoyer au consultant afin de faire un point de situation en amont)
Présentiel 2 jours

Point en fin de journée de formation, recueil des impressions, objectifs sur les autres journées en fonction de l'évolution pédagogique.

Évaluation à chaud en fin de formation, débriefing sur l'écart éventuel, formalisation d'un plan d'actions pour chaque participant.

Restitution du besoin client.

SUIVI INDIVIDUEL

Echange d'une heure
autour des mises en
application, des difficultés
rencontrées
Aide à la mise en pratique