

INTÉGRER LA DÉMARCHE CONSEIL DANS LE PROCESSUS DE VENTE



FORMATION INDIVIDUELLE

EN PRÉSENTIEL

Pour en savoir plus : sg-formation.fr



ORGANISME DE FORMATION

SG FORMATION (SARL)

09 86 39 60 85

326 Rue Verte, 59141 Thun-l'Évêque

audrey@sg-formation.fr

INTÉGRER LA DÉMARCHE CONSEIL DANS LE PROCESSUS DE VENTE

DURÉE

21 h (3 jours)

PUBLIC VISÉ

Commerciaux ; responsable commercial ; personnes souhaitant occuper des fonctions commerciales.

La certification « Intégrer la démarche conseil dans le processus de vente » s'adresse aux commerciaux ou aux personnes qui ont des fonctions commerciales et qui souhaitent intégrer une dimension conseil dans leur activité afin de renforcer leur performance

MODALITÉS D'ACCÈS

Nos formations sont ouvertes **toute l'année** (*contactez-nous*). *L'accessibilité de la certification se fait sur dossier d'inscription afin de valider le prérequis.*

ACCESSIBILITÉ

Une **adaptation** des formations pour les **personnes en situation de handicap** est possible.

Les lieux de formation seront accessibles aux personnes en situation de handicap.

Une vérification sera établie. *Nous contacter : (Audrey, référent Handicap : 06 58 30 42 22)*

MOYENS PÉDAGOGIQUES

Formateur spécialisé - Supports pédagogiques (livret apprenant) - Suivi du programme de formation - support remis sur clé usb à la fin de la formation

SUIVI, ÉVALUATION, SANCTION

→ **Moyens permettant de suivre l'action de formation**

- Plans d'action de formation

→ **Moyens permettant d'en évaluer les résultats**

- Réalisation de travaux durant la formation (exercices et mise en situation)
- Simulation d'un entretien de vente. L'évaluation se fera devant un jury composé de 3 professionnels

→ **Sanction**

- Délivrance d'une attestation + passage de la certification **MANITUDE / RS5970 Intégrer la démarche conseil dans le processus de vente**

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Maîtriser la **démarche conseil** à chaque étape d'une vente
- Pratiquer un **questionnement personnalisé** dans le démarrage de l'entretien en s'appuyant sur son expertise afin de rechercher et comprendre les **enjeux du client**
- Répondre aux enjeux du client en utilisant l'ensemble des informations récoltées dans la phase de questionnement afin de **proposer une solution pertinente**
- Faire évoluer la solution en accompagnant le client dans sa phase de réflexion, en identifiant et traitant les objections afin de **coconstruire une offre adaptée**
- Traduire les avantages de la solution en bénéfices client, en étant **force de proposition** afin de **les intégrer dans sa phase de négociation** pour démontrer les **retours sur investissements de l'offre**
- Introduire dans sa conclusion de son entretien le **suivi après-vente** afin de rassurer le client, de respecter l'objectif négocié et de maintenir la relation pour **créer les conditions favorables à une collaboration durable**
- **Valoriser sa qualité de conseil et de relation client** en récoltant des feedbacks positifs pour obtenir une recommandation active afin de développer son portefeuille de contacts et accélérer son développement commercial

PRÉREQUIS

- Être commercial
- Avoir des fonctions commerciales
-

CERTIFICAT

CERTIFICATION MANITUDE

Objectifs et contexte de la certification

La certification « Intégrer la démarche conseil dans le processus de vente » s'adresse aux commerciaux ou aux personnes qui ont des fonctions commerciales et qui souhaitent intégrer une dimension conseil dans leur activité afin de renforcer leur performance.

Cette approche conseil représente à l'heure actuelle une notion essentielle dont l'enjeu pour les commerciaux est non plus uniquement de vendre mais d'accompagner le client dans l'acte d'achat et de donner à la dimension conseil toute son ampleur.

Face à la complexité du processus de vente, cette certification apporte les compétences indispensables pour adopter un rôle de conseiller et ainsi performer dans son activité commerciale.

Compétences attestées

Si le participant obtient la certification « Intégrer le management d'équipe dans le développement de son activité professionnelle », il sera capable de :

- Pratiquer un questionnement personnalisé dans le démarrage de l'entretien en s'appuyant sur son expertise afin de rechercher et comprendre les enjeux du client.
- Répondre aux enjeux du client en utilisant l'ensemble des informations récoltées dans la phase de questionnement afin de proposer une solution pertinente.
- Faire évoluer la solution en accompagnant le client dans sa phase de réflexion, en identifiant et traitant les objections afin de coconstruire une offre adaptée.
- Traduire les avantages de la solution en bénéfices client, en étant force de proposition afin de les intégrer dans sa phase de négociation pour démontrer les retours sur investissements de l'offre.
- Introduire dans sa conclusion de son entretien le suivi après-vente afin de rassurer le client, de respecter l'objectif négocié et de maintenir la relation pour créer les conditions favorables à une collaboration durable.
- Valoriser sa qualité de conseil et de relation client en récoltant des feedbacks positifs pour obtenir une recommandation active afin de développer son portefeuille de contacts et accélérer son développement commercial.

Modalités d'évaluation

Mise en situation dans un entretien de vente

MANITUDE

LA COHÉRENCE PÉDAGOGIQUE

PROGRAMME

JOUR 1

MODULE 1 : INTRODUIRE L'ENTRETIEN DE VENTE

- Introduction « Le triangle de la vente »
- Les règles d'or de l'accueil
- La règle des 4*20 – Prise de contact positive & motivante
- Créer l'interaction avec le client
- Les pièges à éviter
- La définition et les principes de la vente et de la démarche conseil
- Les qualités d'un commercial et les qualités essentielles pour réaliser une démarche conseil
- Le but ultime de la vente
- La présentation de son entreprise et de son expertise
- Travailler son pitch commercial pour conclure une vente
- Travailler une communication orale impactante
- Communication verbale: entendre & être entendu
- Communication « non-verbale » : ces gestes qui en disent long...
- La distance adaptée : occuper l'espace
- Les clés d'une communication positive

Exercice 1 - les 4*20

Exercice 2 - La prise de contact

Exercice 3 : Mise en situation d'un pitch commercial en présentant son offre et son entreprise

Exercice 4 – Analyser les éléments de communication non verbale (Vidéo)

MODULE 2 : PRATIQUER UN QUESTIONNEMENT PERSONNALISÉ EN S'APPUYANT SUR SON EXPERTISE

- Rechercher et comprendre les enjeux du client
- La découverte du prospect
- Recueillir ses besoins et le questionner efficacement
- L'écoute active
- Analyser ses motivations d'achat

Mise en situation : Lister et classer toutes les questions à poser avec la technique de l'entonnoir

Exercice 5 – Le plan de découverte

JOUR 2

MODULE 3 : RÉPONDRE AUX ENJEUX DU CLIENT EN UTILISANT L'ENSEMBLE DES INFORMATIONS RÉCOLTÉES DANS LA PHASE DE QUESTIONNEMENT ET PROPOSER UNE SOLUTION PERTINENTE

- Introduction « Le triangle de la vente »
- Démontrer l'adéquation solution/besoin
- Se différencier de la concurrence
- Utiliser l'argumentaire SONCAS

Exercice 6 – mise en situation : Construction d'un argumentaire de vente avec la méthode SONCAS.

MODULE 4 : FAIRE ÉVOLUER LA SOLUTION EN EN TRAITANT LES OBJECTIONS ET COCONSTRUIRE UNE OFFRE ADAPTÉE

- Identifier les objections et les anticiper
- L'objection : un atout, une force
- Répondre à tous les types d'objections
- Traiter l'objection du prix
- Réfuter une objection en 6 étapes

Exercice 7 - Réaliser un tableau récapitulatif des objections courantes puis préparer son argumentaire pour réussir sa vente

JOUR 3

MODULE 5 : TRADUIRE LES AVANTAGES DE LA SOLUTION EN BÉNÉFICES CLIENT

- Sélectionner & proposer l'offre produit-service
- Etre force de proposition
- Argumenter : construire et présenter des arguments percutants
- Utilisation de la méthode CAB ou CAP selon la typologie client
- Cerner les signaux d'achat « les feux verts »
- Démontrer les retours sur investissement

Exercice 8 – Mise en situation : comment utiliser la méthode CAB de façon pertinente

MODULE 6 : INTRODUIRE DANS LA CONCLUSION DE SON ENTRETIEN LE SUIVI APRÈS-VENTE

- Rassurer le client et maintenir la relation
- Respecter l'objectif négocié
- Créer les conditions en faveur d'une collaboration durable
- Comment conclure une vente?
- Ventes additionnelles & ventes complémentaires
- La stratégie du « bien finir »
- Passez à autre chose
- Quittez le client

Exercice 9 – Mise en situation : Apprendre à conclure sa vente

MODULE 7 : FAIRE ÉVOLUER LA SOLUTION EN EN TRAITANT LES OBJECTIONS ET COCONSTRUIRE UNE OFFRE ADAPTÉE

- Récolter les feedbacks positifs
- Se faire recommander
- Développer son portefeuille clients
- La valorisation de la relation commerciale
- L'implication du client dans la vente