



Argumenter l'offre, convaincre le client Donner envie de choisir l'ESAT

Cette formation peut être suivie par la formation « Réussir la négociation commerciale » des 1^{er} et 2 juillet 2024.

OBJECTIFS

- Suivre une démarche pour convertir une demande en commande.
- Identifier les motivations d'achat du client.
- Convaincre le client de l'intérêt de son offre.
- Transformer l'adhésion du client en décision d'achat.
- Optimiser l'expérience du client sur son parcours d'achat.

POUR QUI ?

Directeurs, directeurs adjoints, fonctions commerciales, moniteurs, moniteurs principaux, chefs d'atelier, adjoints techniques, conseillers d'insertion professionnelle.



PRÉ REQUIS

Aucun.

NOMBRE DE PARTICIPANTS

12 maximum.

DURÉE

2 jours, soit 14 h.

COÛT*

Inter-établissements : 500 € nets exonérés de la TVA, hors déjeuner à la charge des stagiaires.

Intra-muros : 3 600 € nets exonérés de la TVA, frais du formateur inclus. Déjeuner à la charge de l'établissement d'accueil.

* Intra-muros mutualisée - Devis sur demande.

MOYENS PÉDAGOGIQUES

Les méthodes pédagogiques sont actives. Les participants s'entraînent à mettre en œuvre les techniques préconisées à partir d'une étude de cas fil rouge. Les participants transposent les acquis de la formation à l'univers de leur ESAT à travers la production d'outils tels que des guides de questionnement et des argumentaires.

MOYENS D'ÉVALUATION

En fin de formation, les participants remplissent un questionnaire de validation des acquis. Une fiche d'évaluation de la réponse aux attentes, du contenu et du déroulement de la formation est également remplie par les stagiaires à l'issue de la formation.

MOYENS TECHNIQUES

Support Powerpoint, projection animation sur tableau blanc.

PROGRAMME ET DÉROULÉ

Chaque demi-journée débutera par un tour de table : le premier jour afin de présenter la formation et identifier les attentes des participants, les jours suivants pour valider les acquis de la demi-journée précédente.

1^{ère} demi-journée, de 9 h 00 à 12 h 30 :

- Définir la démarche de vente
 - Situer l'acte d'achat dans le parcours client
 - Ce qu'attendent les clients de leur interlocuteur
 - Les 6 étapes clés pour remporter l'adhésion du client
- Préparer un entretien à caractère commercial
 - Se fixer un objectif
 - Identifier les informations à collecter

2^{ème} demi-journée, de 13 h 30 à 17 h 00 :

- Etablir un contact confiant avec son interlocuteur
 - Se présenter et présenter son ESAT
 - S'adapter au style de son interlocuteur
 - Ouvrir le dialogue
- Comprendre les besoins et attentes du client
 - Recueillir les besoins techniques, détecter les motivations d'achat
 - Manier le questionnement efficacement

3^{ème} demi-journée, de 9 h 00 à 12 h 30 :

- Convaincre de la valeur de son offre
 - Relier son argumentation aux motivations détectées
 - Présenter ses arguments avec la méthode APB
- Traiter les objections à l'achat
 - Recevoir et surmonter les objections du client
 - Traiter spécifiquement l'objection prix
 - Erreurs à éviter, réflexes à adopter

4^{ème} demi-journée, de 13 h 30 à 17 h 00 :

- Conclure la vente
 - Repérer les feux verts de la décision d'achat
 - Aider le client à choisir
 - Conclure positivement l'entretien ... même en cas de refus
- Consolider la relation
 - Sécuriser la suite du parcours client
 - Consolider la relation pour fidéliser ses meilleurs clients
- Evaluation de la formation, échanges et conclusion

INTERVENANTE

Laurence CHABRY, Consultante-formatrice indépendante

Co-auteur de l'ouvrage « La Boîte à Outils de l'expérience client » - DUNOD (3^{ème} édition, août 2021)

