



# Développer un argumentaire convaincant

## OBJECTIFS

- Repérer les besoins et motivations d'achat des clients,
- Transformer les caractéristiques de l'offre en arguments,
- Délivrer avec aisance ses arguments.

### POUR QUI ?

Toute personne amenée à argumenter une proposition ou une offre de l'ESAT auprès de clients : moniteurs, moniteurs principaux, chefs d'atelier, adjoints techniques, conseillers d'insertion professionnelle, ...

### PRÉ REQUIS

Aucun

### NOMBRE DE STAGIAIRES

12 maximum.

### DURÉE

1 jour / 7 heures.

### COÛT

Intra-muros : 2 100 € nets exonérés de la TVA, frais du formateur inclus. Déjeuners à la charge de l'établissement d'accueil.

### MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Alternance d'apports théoriques, méthodologiques et de cas concrets,
- Animation interactive entre stagiaires et formateurs (questions/réponses, partage d'expériences),
- Selon les formations : quiz, questionnaire, mises en situation, études de cas, démarche réflexive, jeux de rôles, travail en sous-groupe, etc.,
- Projection de supports lors de la formation (diaporama, vidéos, documents techniques, etc.),
- Mise à disposition de supports pendant et à l'issue de la formation,
- Production d'outils pendant la formation (matrices d'argumentation et de réponses aux objections),
- Entraînement à l'expression orale,
- Utilisation de vidéoprojecteur, tableau blanc, paperboard.

### MOYENS D'EVALUATION ET DE SUIVI

- Feuille de présence,
- Evaluation de l'acquisition des objectifs par le formateur selon les moyens, pédagogiques utilisés lors de la formation
- Evaluation de la formation par les stagiaires,
- Certificat de réalisation et attestation de compétences.

## INTERVENANTE

Laurence CHABRY

NOUVEAU  
CONTENU



Intra



## PROGRAMME ET DÉROULÉ

Le programme tient compte des réformes (plan de transformation des ESAT, Loi pour le plein emploi et ses décrets, rapports IGAS, ...).

Chaque demi-journée commencera par un tour de table : le premier pour présenter et recueillir les attentes des participants, les suivants pour valider les acquis.

### de 9h00 à 12h30

#### Distinguer les besoins et les motivations d'achat du client

- quelles informations clés collecter ?
- identifier les besoins et motivations d'achat avec SPECIFICS,
- repérer les atouts de son offre.

#### Construire des arguments avec la méthode APB

- objectif conviction et persuasion du client,
- identifier l'avantage procuré par chaque caractéristique de l'offre,
- transformer l'avantage en bénéfice personnalisé.

### de 13h30 à 17h00

#### Délivrer un argumentaire efficace à l'oral

- tester et améliorer ses arguments avec le groupe ;
- améliorer la précision et l'impact du vocabulaire ;
- sélectionner les arguments adaptés au client.

#### Surmonter les objections du client

- recevoir et traiter les objections du client ;
- erreurs à éviter, réflexes à adopter.

#### Évaluation de la formation, échanges et conclusion.