

# Fiche pédagogique

## Module 9 : Fondamentaux des techniques de vente

### Objectifs de la formation

La formation a pour objectif principal de développer les performances commerciales d'une entreprise grâce aux techniques de vente.

A l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure d'appliquer les techniques de vente de base :

- Connaître l'importance de la relation client
- Transformer l'appel téléphonique en entretien
- Identifier ses points forts et ses points de vigilance en situation de négociation
- Adopter la bonne posture pour atteindre son objectif tout en préservant la qualité de la relation
- Préparer ses négociations avec efficacité
- Mener ses négociations pour aboutir à une conclusion mutuellement satisfaisante
- Mieux gérer les situations de blocage en négociation et sortir des situations tendues

### Public visé

Cette formation s'adresse aux :

- Dirigeants d'entreprise,
- Toute personne impliquée dans la prospection commerciale.

### Prérequis indispensables

Aucun pré-requis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

### Méthodes pédagogiques et modalités de personnalisation mises en œuvre

En amont de la formation, un audit des besoins du stagiaire est réalisé, afin de décrire sa situation, ses souhaits ou problématiques.

Le formateur mettra tout en œuvre pour rattacher les savoirs théoriques à des exemples réels et en lien avec les activités des stagiaires.

Cette formation repose sur un apprentissage participatif où le stagiaire sera amené(e) à étudier des cas d'application concrets.

A partir des connaissances abordées, notre approche opérationnelle amènera le stagiaire à réfléchir, et produire, des solutions et outils liés directement à son projet ou besoin.

En aval de la formation un accompagnement individuel peut être envisagé (sur devis).

### Modalités d'évaluation des acquis

Des exercices sur cas pratiques et un questionnaire de synthèse seront proposés afin d'évaluer les stagiaires. Un certificat de réalisation sera remis au participant résultant de cette évaluation par le formateur.

## Moyens pédagogiques

- En amont de la formation :
  - Fiche PAF (personnalisation de l'action de formation)
- Durant la formation :
  - Support pédagogique papier et numérique remis aux stagiaires le premier jour de formation, véritable guide opérationnel et outil de travail.
  - Déroulé de la formation présentée sur vidéoprojecteur
  - Fiche d'évaluation des acquis, complétée tout au long de la formation par le formateur et le stagiaire
  - Support d'évaluation des acquis (questionnaire de synthèse, études de cas, exercices de mise en situation, etc.)
  - Bibliographie ou sources numériques
  - Supports exploités durant la formation :
    - ✓ Etudes de cas
    - ✓ Mémo « bonnes pratiques »
    - ✓ L'argumentaire téléphonique et en face à face
    - ✓ Méthode AIDA
    - ✓ Tableau de réponses aux objections
    - ✓ Méthode SONCAS
    - ✓ Grille d'aide à la négociation « mémo »
    - ✓ Méthode des 3C (négociation)
    - ✓ Méthode des 4C (argumentation)
    - ✓ Concept MESORE
- En aval de la formation :
  - De la documentation complémentaire sera envoyée aux stagiaires si des questions ou situations particulières étaient abordées lors de la formation.
  - L'intervenante assure un suivi d'application : le stagiaire peut la contacter durant 6 mois pour toutes questions complémentaires, se faire réexpliquer un point.
  - Les stagiaires se verront proposer de recevoir notre newsletter trimestrielle dédiée à la thématique, afin de réviser ou approfondir leurs connaissances : bonnes pratiques, retours d'expériences, actualité, décryptage, ...

## Moyens techniques

- Ordinateur formateur
- Vidéoprojecteur (ou écran de télévision)
- Mur blanc pour permettre la projection
- Connexion Internet
- Blocs-notes et stylos remis aux participants
- Paperboard
- Clé USB remise à chaque participant pour la sauvegarde des différents travaux réalisés et contenant les ressources et outils pédagogiques

## Moyens d'encadrement

La formation est dispensée par Marielle BLAGNY, formatrice pour Les Clés de la Gestion depuis 2015.

Formation initiale et continue :

- Formatrice diplômée en Marketing et Vente, niveau Bac+5, spécialité Direction d'équipe commerciale

Expérience professionnelle :

- Elle a acquis une expérience professionnelle de près de 20 ans, dont 15 ans à la tête d'unités commerciales dans la vente de services aux entreprises. Elle manageait ses équipes de vendeurs terrain ou sédentaires, et assurait leur acquisition des techniques de vente.
- Créatrice et codirigeante de son entreprise depuis 2012, elle possède une connaissance approfondie du fonctionnement des entreprises et des enjeux des entrepreneurs, rendant cette formation technique très concrète et opérationnelle.

Expérience de la formation professionnelle :

- Intervenante récurrente pour Les Clés de la Gestions depuis 4 ans, elle a également dispensé des formations durant toute son expérience professionnelle précédente. Elle a à cœur d'adapter son discours à son public pour favoriser une meilleure acquisition, et d'actualiser ses connaissances pour fournir des contenus et outils pertinents.
- Cette formatrice intervient depuis 2016 auprès de stagiaires sur la thématique Techniques de vente.

## Durée et modalités d'organisation

- Durée : 4 jours (7h x 4 jours sur 4 semaines consécutives).
- Organisation : en inter-entreprises pour un groupe de 8 participants maximum (pas de minimum requis).

## Contenu détaillé de l'action de formation

Programme :

### La relation client

- Identifier les parties prenantes de la relation commerciale
- Comprendre les enjeux de la relation client :
  - o L'image
  - o Le chiffre d'affaire
  - o La fidélisation
- Comprendre les attentes du client
- Gestion de la relation client
  - o Comportement : distinguer l'objectif opérationnel de l'objectif relationnel
  - o Ecoute : établir le contact et favoriser la confiance
  - o Détecter les attentes du client
  - o Mettre en valeur une solution
  - o Accepter critiques et objections

- Gestion des réclamations et insatisfactions
  - o Faire face aux situations délicates :
    - ✓ Annoncer un retard, une mauvaise nouvelle
    - ✓ Savoir refuser en préservant la relation
    - ✓ Gérer un incident, une insatisfaction
- Maintenir et valoriser le contact après l'intervention

### **Convaincre vos futurs clients de vous rencontrer**

- Préparer sa prospection
  - o Définir sa cible de prospects
  - o Constituer son fichier prospects
  - o Fixer ses objectifs de prospection
  - o Se mettre en conditions optimales
- Techniques de communication téléphonique
  - o Savoir se présenter et susciter l'intérêt
  - o Savoir franchir le barrage du secrétariat
  - o Développer une écoute active
  - o Détecter les besoins du prospect
  - o Rédiger son scénario téléphonique
  - o Se préparer aux objections des prospects

### **Entretien de négociation**

- Négocier, c'est quoi ?
- La préparation de l'entretien de négociation :
  - o Les objectifs (court, moyen et long terme)
  - o Le timing de l'entretien
  - o Les intérêts communs
  - o La posture et le déroulement de l'entretien
  - o Se préparer à répondre aux principales objections
  - o La conclusion
- Les éléments en jeu en négociation
  - o Les personnes (matrice sur les attitudes fondamentales ; l'interlocuteur convergent, neutre ou divergent)
  - o Les attitudes relationnelles
  - o Les facteurs qui contribuent à générer la confiance / les critères de légitimité
  - o Les pièges de l'argumentation
- Basculer sur la vente
  - o Développer un argumentaire commercial
  - o Comprendre les différentes étapes de l'entretien de vente
  - o Repérer les signaux d'achat du client et amener la négociation du prix

## Les enjeux de la gestion de situations difficiles

- Reconnaître les types de clients difficiles, et adapter sa posture en conséquence
  - o Le client arrogant
  - o Le client chronophage
  - o Le client expert, qui croit mieux savoir que vous
  - o Le « bon copain »
  - o Le client pointilleux
  - o Le client râleur/contestataire/protestataire
  - o Le client éternellement insatisfait
  - o Le client versatile
  - o Le client mutique, la communication difficile
  
- Résoudre et désamorcer les situations de conflit
  - o Comprendre l'insatisfaction d'un client
    - ✓ Reconnaître les signes avant-coureurs pour mieux prévenir la situation
    - ✓ Analyser les causes de l'insatisfaction du client/les facteurs déclencheurs de mécontentement
    - ✓ Comprendre les attentes du client mécontent pour regagner sa satisfaction
  - o Ouvrir le dialogue
    - ✓ Pratiquer l'écoute active
    - ✓ Clarifier les attentes et les besoins de la personne : la faire parler, reformuler
    - ✓ Adopter la bonne attitude pour favoriser la confiance
    - ✓ Le choix des mots
    - ✓ La posture
    - ✓ L'attitude mentale (son état d'esprit)
  - o Rechercher des solutions
    - ✓ Clarifier et s'assurer des intentions communes, s'assurer qu'on est sur la même longueur d'ondes
    - ✓ Chercher des points d'accord
    - ✓ Construire une posture gagnant/gagnant
    - ✓ Prendre des engagements concrets (qui fait quoi, quand, comment)
  - o Savoir mettre fin à l'échange
  
- Tirer des enseignements des situations de conflits
  - o Repérer les incidents fréquents
  - o Tirer des conclusions (remise en question de certaines pratiques)
  - o Mettre en place des indicateurs de suivi des réclamations
  - o Mettre en place des procédures, adopter certains réflexes en matière de gestion de conflits