

## FORMATION VENTE 1. Être un grand vendeur

### REVEL'ACTOR : Révéler le vendeur qui est en vous

#### Objectifs de la formation REVEL'ACTOR :

- Prendre conscience de la complexité et de la difficulté de votre tâche : être un grand vendeur
- Identifier vos atouts et vos failles dans votre approche commerciale et dans vos relations clients
- Optimiser vos relations interpersonnelles avec chaque client et/ou prospect
- Adapter votre comportement à chaque étape de votre démarche commerciale selon le profil de votre(vos) interlocuteur(s)

Population concernée : Commerciaux en B to B ou B to C

#### Programme de la formation REVEL'ACTOR :

- 1) Prendre conscience de la complexité et de la difficulté de votre tâche : être un grand vendeur
  - a) Appréhender votre rôle au regard de l'évolution de votre environnement professionnel
  - b) Comprendre que les anciennes règles ne fonctionnent plus vis-à-vis de l'approche commerciale entre un vendeur et un client à l'heure du digital
  - c) Identifier les 3 leviers sur lesquels repose la réussite de votre mission
  - d) Vous poser les bonnes questions quant à votre performance commerciale pour commencer
- 2) Identifier vos atouts et vos failles dans votre approche commerciale et dans vos relations clients
  - a) Repérer votre profil en couleurs et en valeurs
  - b) Identifier les facteurs à risque dans votre profil : les trop et/ou les trop peu
  - c) Concevoir votre plan de progrès en acceptant vos limites
- 3) Optimiser vos relations interpersonnelles
  - a) Repérer les couleurs des clients et prospects autour de vous
  - b) Comprendre les attentes de chaque profil dans les relations interpersonnelles
  - c) Gagner en flexibilité tout en conservant votre personnalité de façon à adapter votre communication aux profils de vos interlocuteurs
- 4) Adopter les bons comportements à chaque étape de votre démarche commerciale selon le profil de votre(vos) interlocuteur(s)
  - a) Identifier les attentes spécifiques de chaque profil lors des 4 moments clefs de la vente
  - b) Adapter votre comportement pour susciter intérêt et remporter l'adhésion de vos clients et/ou prospects

Durée : 3 jours : 1+ 2 et un entretien individuel entre les 2 séquences pédagogiques

## FORMATION VENTE 2. Vendre à plus par une démarche réellement proactive en prospection

### PROSPECT'OR : Gagner de nouveaux clients grâce à votre prospection

#### Objectifs de la formation PROSPECT'OR :

- Mesurer l'importance de la prospection dans l'atteinte de vos objectifs commerciaux
- Gagner en confiance en vous pour vivre cet exercice comme une démarche naturelle et y trouver plus de plaisir
- Optimiser votre présence terrain et multiplier les contacts utiles en prospection
- Adopter une démarche proactive auprès de vos cibles pour vendre à plus

Population concernée : Commerciaux en B to B ou B to C

#### Programme de la formation PROSPECT'OR :

- 1) Mesurer l'importance de la prospection dans l'atteinte de vos objectifs commerciaux
  - a) Appréhender ce qu'exige du vendeur la vente en B to B et/ou B to C
  - b) Identifier les 3 leviers qui interfèrent dans la réussite ou non de votre mission
  - c) Se poser les 4 bonnes questions pour commencer
  - d) Comprendre que les anciennes règles ne fonctionnent plus dans les relations entre clients et vendeurs et dans l'approche commerciale à l'heure du digital
- 2) Gagner en confiance en vous pour vivre cet exercice comme une démarche naturelle et y trouver plus de plaisir
  - a) Evaluer votre confiance en vous et votre seuil de tolérance vis-à-vis de la prospection
  - b) Balayer les aspects négatifs face à vos freins et vos peurs
  - c) Trouver une nouvelle énergie à la prospection puisqu'elle vous permet d'être plus visible dans votre environnement professionnel, de vous dépasser mentalement et de gagner en estime de vous
- 3) Optimiser votre présence terrain et multiplier les contacts utiles en prospection
  - a) Définir votre stratégie
  - b) Bâtir votre plan d'actions entre conquête et développement
  - c) Exploiter toutes les ressources disponibles pour renforcer votre présence terrain
  - d) Identifier les bons interlocuteurs et multiplier les contacts utiles
- 4) Adopter une démarche proactive auprès de vos cibles pour vendre à plus
  - a) Vous positionner dans une dynamique plus 'agressive' tout en préservant la relation
  - b) Accélérer le processus de décision
  - c) Oser conclure et chercher l'engagement

Durée : 3 jours : 1 + 2 et un entretien individuel entre les 2 séquences pédagogiques

**COLLECT'OR : Face à des clients plus connectés et une concurrence accrue,  
professionnaliser votre démarche commerciale****Objectifs de la formation COLLECT'OR :**

- Créer le lien au premier contact
- Détecter les besoins, cerner les motivations d'achat, repérer le processus et le circuit de décision
- Mieux mettre en avant les atouts de votre offre par rapport aux besoins du client et vous démarquer des offres concurrentes
- Oser conclure au moindre feu vert et obtenir l'engagement du client

**Population concernée :** Commerciaux en B to B ou B to C**Programme de la formation COLLECT'OR :**

- 1) Créer le lien au premier contact
  - a) Créer la confiance en faisant bonne impression dès les premiers instants
  - b) Entrer en relation
  - c) Initier le dialogue
- 2) Détecter les besoins, cerner les motivations d'achat, repérer le processus et le circuit de décision
  - a) Qualifier votre prospect / requalifier votre client : la méthode CROC pour faire la différence dans l'esprit du client
  - b) Appréhender les besoins exprimés et les besoins latents et traduire le diagnostic en préconisation
  - c) Construire un devis véritablement 'vendeur'
- 3) Mieux mettre en avant les atouts de votre offre par rapport aux besoins du client et vous démarquer des offres concurrentes
  - a) Démontrer la pertinence de votre offre au regard des attentes de votre client
  - b) Positionner votre offre par rapport aux solutions concurrentes
- 4) Oser conclure au moindre feu vert et obtenir l'engagement du client
  - a) Susciter l'adhésion
  - b) Envisager tous les accélérateurs de vente
  - c) Oser conclure au moindre feu vert
  - d) Obtenir l'engagement : la méthode PIC pour réduire les délais de prise de décision
  - e) Trouver la parade aux objections de fuite, face au non lié à la fidélité ou à l'habitude

**Durée :** 4 x 1 jour ou 4 x 2 jours selon le niveau du public concerné pour l'ensemble du cursus

**Remarque :** Des modules spécifiques dont les contenus différents sont déclinés sur 3 niveaux, selon le profil des participants : profil vendeurs juniors, vendeurs seniors, vendeurs experts

**Suggestion :** Possibilité de faire un zoom spécifique sur une phase clé exemple : la conclusion

## FORMATION VENTE 4. Vendre mieux par des négociations commerciales plus abouties

### NEGOCIAT'OR : Mieux vendre votre prix et défendre vos marges

#### Objectifs de la formation NEGOCIAT'OR :

- Mieux préparer vos négociations commerciales pour bien vendre vos prix et défendre vos marges
- Mener des négociations constructives sur la base d'une approche gagnant-gagnant
- Déjouer les pièges mis en œuvre pour vous faire céder face à des exigences fortes
- Opter pour le bon scénario face à la demande d'un effort supplémentaire

Population concernée : Commerciaux en B to B ou B to C

#### Programme de la formation NEGOCIAT'OR :

- 1) Mieux préparer vos négociations commerciales pour bien vendre vos prix et défendre vos marges
  - a) Verrouiller l'accord sur le produit/service avant d'aborder le prix
  - b) Utiliser tout ou partie des techniques de vente persuasive qui peuvent faire la différence dans la vente du prix : les habits neufs du prix, la fourchette cassée, la mémoire du prix, le prix invisible, les 3 prix , la faute professionnelle...)
  - c) Gérer sereinement l'objection 'c'est cher'
  - d) Désamorcer le 'c'est trop cher' en passant du pourquoi au comment
  - e) Contourner le 'c'est plus cher que...' par un zoom arrière sur les avantages sélectifs de votre offre
- 2) Mener des négociations constructives sur la base d'une approche gagnant-gagnant
  - a) Maîtriser les paliers, les concessions et les contreparties envisageables selon le contexte (les 6 leviers)
  - b) Respecter les 5 règles d'or de la négociation
  - c) Passer maître dans le traitement du comment et du combien
- 3) Déjouer les pièges mis en œuvre pour vous faire plier face à des exigences fortes
  - a) Repérer chez l'acheteur les stratagèmes mis en œuvre visant à vous déstabiliser et apporter les parades appropriées
  - d) Savoir comment quitter la négociation lorsque le blocage est avéré tout en cherchant rendre la relation future toujours possible : appliquer la loi du RISQ
- 4) Opter pour le bon scénario face à la demande d'un effort supplémentaire
  - a) Faire face sereinement à une demande d'un effort supplémentaire
  - b) Envisager cette démarche comme la démonstration de vouloir avancer
  - c) Exprimer une exigence de contrepartie en échange (technique de la vente conditionnelle : si... alors)
  - d) Donner son accord ou réserver sa réponse selon la proposition formulée

Durée : 1 jour ou 2 jours selon le niveau du public concerné

**Remarque** : Des modules spécifiques dont les contenus diffèrent sont déclinés sur 3 niveaux, selon le profil des participants : modules juniors, modules séniors, modules experts