



OBJECTIFS FORMATION

- Comprendre les besoins prospects (clients), sa solution actuelle
- Identifier les éléments pouvant nous servir d'arguments
- Faire passer - transmettre un sentiment d'intérêt pour son interlocuteur

MOYENS PÉDAGOGIQUES & MODALITÉS D'ÉVALUATION



- Échange interactif
- Support papier et informatique
- Mises en situation
- Exercices en groupe
- QCM

Durée : Deux jours

Date : à déterminer

Délais d'accès : trois semaines

Lieu : Intra-entreprise à partir de un stagiaire

Extra-entreprise - entre trois et 12 stagiaires (optimal huit stagiaires)

Tarif : Sur devis

Contact : formation@axelperf.com ou au 04.68.05.49.65

Prise en charge OPCO ou autres : accords préalable ou acompte

Public : tout public

Version du 31/01/2024

Formateur : Romain Satiat-Besse

Cette formation permet aux apprenants de performer lors de la phase de découverte, phase la plus importante de l'entretien téléphonique ou commercial faisant la différence entre la réussite ou l'échec de l'action.

À cette occasion les apprenants découvrent le positionnement de leur entreprise, leur positionnement concurrentiel, produit/service et attitude afin de procéder à une vente claire et sereine.

MODULE 1 : LE CHAMP LEXICAL

- Découverte de son environnement commercial
- Qu'est ce que cela veut dire ? Compréhension et interprétation des définitions
- Comprendre les enjeux
- Temps d'échange
- L'objectif étant de comprendre les fondements et la bonne interprétation de chaque mot afin d'utiliser le bon "jargon" et délivrer un discours professionnel

MODULE 2 : LES TECHNIQUES COMMERCIALES

- Introduction de la notion de découverte commerciale
- La définition, les objectifs et les enjeux de la découverte
- Les atouts et mécanismes de la découverte

MODULE 3 : LA DÉCOUVERTE EN TEMPS RÉEL

- Comment s'articule la découverte en fonction de ses enjeux et des enjeux du rendez-vous ?
- Découvrir le bon timing, Quand s'effectue la découverte ?
- Faire évoluer les objectifs de la découverte en temps réel

MODULE 4 : LES TYPOLOGIES DE QUESTIONS

- Quelles sont les différentes typologies de question ?
- Quels en sont leurs objectifs ?
- Savoir quand les utiliser
- Découvrir le bon timing

MODULE 5 : L'ALTERNATIVE

L'alternative de choix, appelée communément "l'alternative" est une technique simple et efficace permettant à votre prospect d'effectuer un choix, le meilleur choix

- Qu'est ce que l'alternative ?
- Comment l'utiliser ?
- Pourquoi l'utiliser ?
- Quels en sont les objectifs ?

MODULE 6 : LA REFORMULATION

La reformulation est un outil commercial permettant de valider la bonne compréhension de la situation et des besoins prospect, permettant de passer à la phase d'argumentation

- Qu'est-ce-que la reformulation ?
- Comment l'utilise t-on ?
- Pourquoi l'utiliser ?
- Quels en sont les objectifs ?

MODULE 7 : MISE EN APPLICATION ET SAVOIR-FAIRE

Ce dernier module se découpe en deux parties :

- Une première mise en situation entre stagiaire,
- Une deuxième ultérieurement lors d'un rendez-vous professionnel.

Ce format permet d'évaluer la bonne acquisition des connaissances et la bonne intégration des compétences.

Un format en immersion professionnel du formateur en temps réel adapté aux besoin du stagiaire.