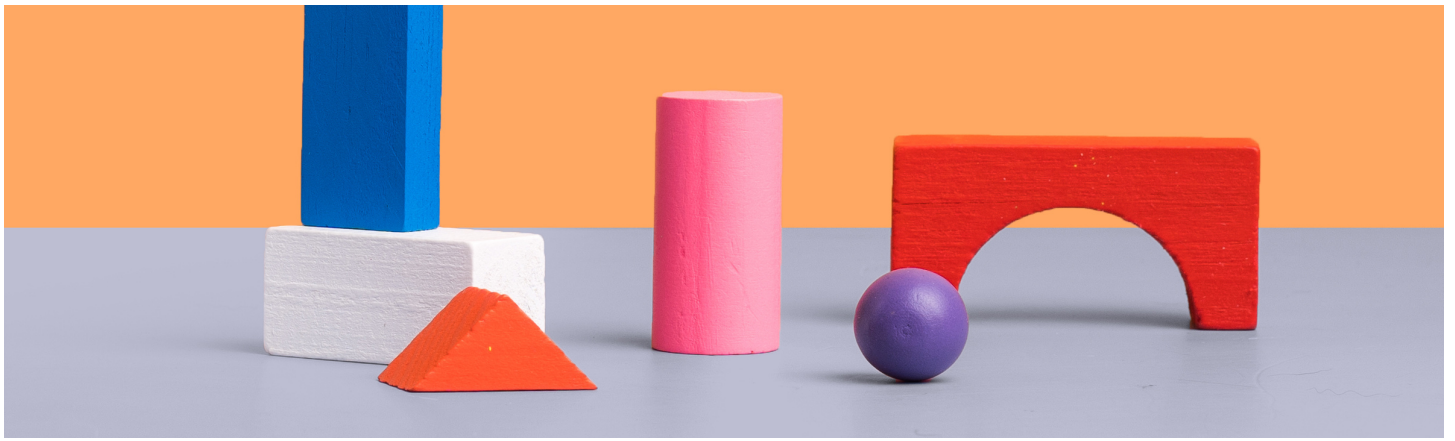




Fiche de cours

Modalités d'organisation en distanciel

Durée

2 jours consécutifs (16 heures au total).

Date et heure

Zoom (ou équivalent) pour les sessions en direct.

Plateforme utilisée

Indiquez le nom de votre professeure pour cette matière ou de la personne ayant le cours d'aujourd'hui.

Supports de formation :

- Présentation interactive projetée via partage d'écran.
- Documents PDF envoyés aux participants avant la formation.
- Replays des sessions disponibles pendant 7 jours.

Interaction

- Questions/réponses en direct.
 - Ateliers de mise en pratique en petits groupes via salles virtuelles.
-

Objectifs de la formation

Comprendre les principes fondamentaux d'un argumentaire de vente efficace.

- Identifier les besoins des prospects pour construire un discours convaincant.
- Maîtriser les techniques de persuasion adaptées à différents contextes.

- Adapter et structurer son argumentaire en fonction du public cible.
- Répondre aux objections pour conclure avec succès.

Programme Détaillé

- Jour 1 : Les Fondamentaux et la Construction de l'Argumentaire

- Session 1 : Introduction à l'Argumentaire de Vente (9h00 - 10h30)

- **Objectif pédagogique** : Poser les bases conceptuelles d'un argumentaire de vente et expliquer son rôle dans le processus de vente.
-
- **Explication théorique** :
Un argumentaire de vente est une structure organisée permettant de présenter efficacement un produit ou un service. L'objectif est de capter l'attention, de répondre aux besoins du client et de conduire à une décision d'achat. Un bon argumentaire réduit les hésitations du prospect et installe un climat de confiance. Pour cela, il est essentiel de :
-
- 1. Structurer le discours en étapes logiques :
 - **Création de l'intérêt** : Utiliser une accroche captivante.
 - **Découverte des besoins** : Poser des questions ouvertes pour cerner les attentes.
 - **Proposition de valeur** : Montrer comment le produit ou service répond aux besoins spécifiques.
 - **Conclusion et suivi** : Clôturer efficacement et prévoir un suivi adapté.
- 1. Éviter les erreurs fréquentes :
 - Fournir trop d'informations techniques, ce qui peut submerger le prospect.
 - Ne pas personnaliser le discours, rendant la présentation moins engageante.
 - Ignorer ou minimiser les objections, ce qui peut compromettre la relation de confiance.
- **Exemple concret** : Un commercial vendant un logiciel de gestion de projet doit éviter de se concentrer uniquement sur les fonctionnalités techniques (graphes, rapports automatisés) et plutôt expliquer comment ces fonctionnalités permettent d'économiser du temps et de mieux organiser les tâches pour une équipe.
-

- **Discussion interactive** : Les participants partageront leurs propositions pour améliorer et affiner les exemples.

- **Session 2** : Identifier les Besoins des Prospects (10h45 - 12h30)

- **Objectif pédagogique** : Apprendre à poser les bonnes questions pour comprendre les besoins réels des clients.
-
- **Explication théorique** : Pour proposer une solution pertinente, il est crucial d'identifier les besoins explicites et implicites du client. Voici comment :

1. Utiliser des **questions ouvertes** pour initier la discussion :

- Exemple : “Quels défis rencontrez-vous actuellement dans votre organisation ?”

2. Adopter la méthode **SPIN** (Situation, Problème, Implication, Need-Payoff) pour approfondir:

- **Situation** : Comprendre le contexte actuel du client.
- **Problème** : Identifier les difficultés rencontrées.
- **Implication** : Explorer les conséquences des problèmes.
- **Need-Payoff** : Mettre en lumière les bénéfices attendus d'une solution.

- **Exemple concret** : Un commercial vendant une solution d'automatisation pour PME pourrait poser les questions suivantes :

- “Comment suivez-vous vos commandes actuellement ?” (situation)
- “Rencontrez-vous des retards ou des erreurs fréquentes ?” (problème)
- “Ces retards ont-ils un impact sur vos relations avec les clients ?” (implication)
- “Si vous pouviez réduire ces retards, comment cela améliorerait-il votre activité ?” (need-payoff)

- **Discussion et retour collectif** : Les participants échangeront sur les difficultés rencontrées et les formulations efficaces.

Session 3 : La Structure d'un Argumentaire (13h30 - 15h30)

Objectif pédagogique : Enseigner une méthode simple et reproductible pour construire un argumentaire.

Explication théorique : Un argumentaire convaincant repose sur trois étapes clés :

1. **Accroche :** Une phrase d'introduction qui capte immédiatement l'attention. Exemple : "Saviez-vous que les entreprises qui automatisent leur gestion de projet réduisent leurs coûts de 20 % ?"
2. **Proposition de valeur :** Présenter les avantages principaux de la solution proposée. Exemple : "Notre logiciel centralise vos tâches et réduit les erreurs, vous permettant de vous concentrer sur vos priorités."
3. **Appel à l'action :** Encourager le prospect à agir immédiatement. Exemple : "Bénéficiez de 30 jours d'essai gratuit dès aujourd'hui."

Session 4 : Techniques de Persuasion et Réponses aux Objections (15h45 - 17h30)

Objectif pédagogique : Comprendre les techniques de persuasion et apprendre à gérer les objections efficacement.

Explication théorique : La persuasion est un art basé sur :

1. **La preuve sociale :** Utiliser des témoignages ou des études de cas pour renforcer la crédibilité.
2. **L'urgence :** Créer un sentiment d'urgence pour inciter à agir rapidement.
3. **La réciprocité :** Offrir quelque chose pour encourager une réponse positive.

Répondre aux objections :

- **Écoute active :** Laissez le client s'exprimer pleinement.
- **Reformulation :** Confirmez que vous avez bien compris.
- **Solution :** Proposez une réponse adaptée.

Exemple concret : Objection : "C'est trop cher." Réponse : "Je comprends. Mais pensez aux économies que vous réaliserez en réduisant les erreurs et en augmentant votre productivité."

Jour 2 : Approfondissements et Applications Pratiques

Session 5 : Analyse de Cas Concrets (9h00 - 10h30)

Objectif pédagogique : Étudier des cas réels pour identifier les éléments clés d'un argumentaire efficace.

Explication théorique : Analyser des exemples d'argumentaires réussis permet d'identifier les points communs qui contribuent à leur efficacité :

- Une compréhension claire du public cible.
- Une mise en avant des bénéfices spécifiques plutôt que des caractéristiques générales.
- Un appel à l'action simple et direct.

Session 6 : Construction Personnalisée de l'Argumentaire (10h45 - 12h30)

Objectif pédagogique : Permettre à chaque participant de construire un argumentaire complet adapté à son activité ou à un produit fictif.

Session 7 : Techniques Avancées de Négociation (13h30 - 15h30)

Objectif pédagogique : Explorer les stratégies pour conclure la vente en répondant aux objections finales et en négociant avec assurance.

Théorie :

- Techniques de négociation basées sur les principes de persuasion (Cialdini).
- Simulations de négociation en binômes.

Session 8 : Synthèse et Plan d'Action (15h45 - 17h30)

Objectif pédagogique : Consolider les acquis et définir un plan d'action pour appliquer les compétences développées.

Conclusion

Cette formation intensive et interactive permet aux participants de maîtriser toutes les étapes de la construction d'un argumentaire de vente. En combinant théorie et pratique, elle garantit une montée en compétence immédiate et directement applicable.