



2 Jours

4 min.
10 max.Intra (groupe de 10 personnes max.) :
- locaux clients : 980€ HT / jour
- locaux ARAMIS : 1 100€ HT / jour

Nous contacter

Objectifs & compétences visées

- Appréhender et partager les enjeux d'une démarche commerciale pour soi et son entreprise
- Adopter les attitudes, réflexes et les comportements de la relation client
- Développer un comportement proactif
- Accroître son sens relationnel et les savoir-être de la relation client
- Savoir se présenter et présenter son entreprise de manière professionnelle

Pour qui ?

Tout public.

Conditions d'accueil

- Toutes nos salles sont ergonomiques et adaptées à l'accueil du public
- Elles sont également accessibles aux personnes en situation de handicap. Dans ce cas, nous contacter
- Collation et café offerts

Méthodes pédagogiques

- Afin de favoriser la prise de conscience puis l'acquisition des réflexes appropriés, nous vous proposons une méthode pédagogique active et dynamique qui implique le participant
- Ces méthodes comparent les visions des participants concernant la démarche commerciale : elles leur permettent d'appréhender les mécanismes d'une démarche commerciale de qualité et ses conséquences. Elles accompagnent la montée en compétence des participants sur cette notion
- Exercices : quiz interactif, *mind-mapping* sur la relation commerciale, restitution en groupe, *brainstorming* sur l'évolution de la démarche commerciale au sein de l'entreprise, mise en situation (jeux de rôles) sur la présentation de l'entreprise et l'attitude commerciale adaptée
- Nos formateurs sont des professionnels et/ou des experts dans leur domaine : ils utilisent des méthodes et outils appropriés aux formations professionnelles continues, et adaptent leur pédagogie au public accueilli. Pour ce faire, ils utilisent le vécu des participants et les échanges sur leurs expériences
- Synthèse à la fin de chaque journée avec expression des participants

Prérequis & modalités d'accès

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation

I. Mesurer les enjeux d'une attitude commerciale de qualité

- Prendre la mesure de ce qu'est une relation commerciale de qualité
- Comprendre ce qui a changé ces dernières années dans la relation avec les clients
- Mesurer les limites de ce fonctionnement
- Comprendre les étapes d'une relation commerciale pérenne et performante

II. Comprendre son fonctionnement actuel

- Prendre conscience de sa propre attitude commerciale
- Identifier l'impact de sa propre attitude en situation de relation client
- Déterminer sa contribution, son rôle en tant qu'acteur de cette démarche commerciale et ses axes d'amélioration
- Être conscient de ses axes de progrès ; que mettre en place pour être réactif et performant ?

III. Connaître son client et ses attentes relationnelles pour construire une démarche commerciale

- Identifier les motivations d'achat des clients
- Lister l'ensemble des points de contacts possibles avec les clients et les attitudes à développer pour chacun
- Les erreurs à éviter pour conserver ses clients

IV. Développer une attitude commerciale en se centrant sur le client et sur les objectifs commerciaux de l'entreprise

- Mettre en place un comportement proactif
- Connaître les composantes d'une communication positive (verbale et non-verbale)
- Utiliser l'assertivité, la confiance en soi comme socle de son attitude commerciale
- Mettre en place une communication positive et active au quotidien
- Utiliser les remarques, réflexions et réclamations reçues pour consolider sa relation client
- Acquérir des réflexes commerciaux
- Savoir solliciter et tenir compte de l'avis de ses clients : une relation collaborative
- Impliquer le client dans le choix des solutions, dans les décisions
- Savoir s'appuyer sur les spécificités des clients historiques, anticiper leurs projets
- Provoquer la collecte d'informations par un questionnement actif, positif
- Instaurer des moments de complicité, de convivialité avec ses clients
- Mettre en avant sa disponibilité
- Professionnaliser la présentation de l'entreprise
- Savoir remettre les coordonnées d'un collègue pour un projet en latence
- Être capable de valoriser les avantages de ses produits et services auprès des clients

V. Mettre en place son plan d'action

- Synthèse de ses points d'efforts dans la mise en place d'une attitude commerciale
- Se fixer des objectifs précis et connus de tous
- Planifier la mise en place des objectifs et les suivre

Les + de la formation !

- La formation allie **théorie et pratique** pour des mises en situation et des échanges constructifs entre stagiaires et formateur.
- Le stagiaire repart de la formation avec un **livret de formation**, véritable guide opérationnel, qui reprend les points clés du stage.
- Entraînement à partir des situations professionnelles.
- Une **hotline** disponible durant 1 mois à l'issue de la formation, afin que nos formateurs puissent répondre aux questions des participants !

Modalités d'évaluation

- En début de formation, des objectifs de progrès sont formulés par les participants, et repris en fin de formation pour évaluation.
- **Évaluation des acquis** : Selon le contenu de la formation suivie : quiz, exercices pratiques, mises en situation et jeux de rôles...soit sur papier, soit par voie numérique
- **Évaluation de la satisfaction** : A chaud à l'issue du stage soit sur papier, soit par voie numérique.

Date de mise à jour : Juin 2021

A l'issue de la formation, le participant reçoit une attestation.Pour tout renseignement, nous contacter :
aramis@aramis.fr / 02.51.80.41.10