



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

ADAPTER SON ARGUMENTATION

Objectifs & compétences visées

- Maîtriser la notion de perception client
- Connaître la plus-value de mes offres pour le prospect et savoir la mettre en avant
- Oser proposer les nouvelles offres à mes interlocuteurs

Pour qui ? Tout public.

Prérequis & modalités d'accès

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

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

- Méthode pédagogique active, dynamique : rend les participants acteurs de leur progression, assure leur forte implication
- Méthodes favorisant les échanges de groupe pour stimuler les idées (*mind-mapping*), *brainstorming* sur la notion de perception produit, travaux en binômes pour évaluer les difficultés rencontrées sur le terrain, synthèse en grand groupe sur la manière d'y répondre, ateliers sur la manière de présenter les nouvelles offres, synthèse collective et émergence d'un document synthétique à présenter à la direction des ventes et la direction marketing, jeux de rôle, exercices d'argumentation, *training* à partir de scénarios de vente et des profils clients établis par le formateur en amont de la formation...
- Analyse des points forts et axes d'amélioration, notamment sur l'oubli d'informations éventuelles communiquées par l'interlocuteur et qui n'auraient pas été utilisées pour monter en gamme, et analyse collective des raisons.
- *Training* sur les techniques de communication essentielles à la performance commerciale en entretien de vente : choix des arguments, leur progressivité, présentation des offres et la justesse d'utilisation des outils, langage positif, l'argumentation, la réponse aux objections (chaque participant joue le rôle d'un prospect ou client)
- 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

I. Comprendre les attentes des clients et prospects : la notion de perception produit

- Les caractéristiques de la clientèle et ses attentes
- L'influence de l'environnement sur la perception d'un client
- La notion de cadre de référence client
- L'importance d'évaluer sa perception des produits et offres proposés
- Comment perçoit-il le produit ? Pourquoi ?
- Savoir que la perception du produit n'est pas la même pour le client que pour le conseiller
- Comprendre que la compréhension de sa perception initiale est utile pour influencer sa décision
- Identifier les besoins explicites et implicites de son interlocuteur, ses attendus, ses *a priori*, ses exigences de satisfaction
- Analyser ses modes de communication et ceux qui sont les plus adaptés pour le convaincre
- Connaître son degré de sensibilisation aux outils, à l'offre

II. Adapter son argumentation produit, son mode de communication

- Comprendre les enjeux commerciaux et financiers d'une montée en gamme
- Rappeler les fondamentaux de la vente
- Construire un argumentaire de vente
- Maîtriser les principes d'une communication efficace
- Renforcer l'écoute active pour comprendre les *a priori*, affiner les besoins, faire évoluer la proposition finale
- Maîtriser les points forts des nouvelles offres
- Evaluer les écarts entre les nouvelles offres et les anciennes ainsi que la valeur ajoutée apportée par les nouvelles offres
- Savoir démontrer cette valeur ajoutée
- Analyser les difficultés objectives à placer ces offres et la manière de les contourner
- Savoir se fixer un objectif très précis avant chaque rendez-vous
- Oser monter en gamme et franchir les obstacles du prospect/client
- Concentrer ses efforts sur les nouvelles offres, nécessairement génératrices de hausse de satisfaction client
- Savoir utiliser ses outils de manière adaptée

- Améliorer la réponse aux besoins du client / prospect, les surprendre, savoir dépasser leurs attentes
- Utiliser des stimuli qui répondent aux aspirations du client et provoquent des émotions (démonstrations)
- Savoir réagir sur la *feedback* de votre interlocuteur
- Ne rien laisser au hasard et avoir le souci du détail
- Verrouiller l'argumentation, rassurer et montrer la plus-value de l'offre

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.
- **Evaluation 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
- **Evaluation de la satisfaction** : A chaud à l'issue du stage soit sur papier, soit par voie numérique.

A l'issue de la formation, le participant reçoit une attestation.

Date de mise à jour : Juin 2021

Pour tout renseignement, nous contacter :
aramis@aramis.fr / 02.51.80.41.10