

PROGRAMME DE FORMATION

La Défense du Prix – BtB

PUBLIC VISÉ

Toute personne en situation de vente et de négociation (Dirigeants, Responsables Commerciaux, Négociateurs, Vendeurs, ...)

PRÉ REQUIS

Aucun

MODALITES ET DELAIS D'ACCES

Formation intra entreprise en présentiel, possible également en distanciel.

Dates à convenir avec le client, délai d'anticipation 4 semaines minimum.

DURÉE

2 jours (14 heures)

HORAIRES

Matin : 9H00 - 12H30

Après-midi : 13H30 - 17H00

LIEU

A définir

NOMBRE DE STAGIAIRES

De 4 à 8 stagiaires

PRIX

A partir de 1 900€ HT / jour et hors frais de déplacement et d'hébergement – Nous consulter pour un devis personnalisé

ACCESSIBILITE

Pour toute situation de handicap, merci de nous contacter pour envisager la faisabilité. Nos salles des formation sont aménagées pour faciliter l'accès et l'usage au personnes à mobilité réduite.

Nous adaptons systématiquement le contenu de nos formations à votre handicap dans la mesure du possible.

PROGRAMME DE FORMATION

La Défense du Prix – BtB

INTITULÉ DE LA FORMATION

Augmenter son impact et son efficacité commerciale grâce à des techniques de persuasion associant efficacité, authenticité et éthique

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Développer sa capacité d'écoute et de découverte pour identifier plus efficacement les besoins et les motivations véritables des clients ;
- Comprendre et appliquer les leviers et les techniques de l'argumentation persuasive ;
- Savoir déjouer tous types d'objection avec aisance sans pour autant sacrifier la qualité relationnelle avec les prospects ou les clients ;
- Focus sur les objections de prix : les technique dialectiques et Delta – ® ;
- Savoir annoncer une nouvelle difficile sans sacrifier la qualité de la relation commerciale.

FORMATEURS

Voir expériences et compétences de notre équipe de formateurs sur :
<https://www.practys-conseil.com/notre-equipe>

PROGRAMME DE FORMATION

La Défense du Prix – BtB

CONTENU DE LA FORMATION :

1. Les phases incontournables d'un entretien de vente persuasive

- Comprendre l'évolution des comportements d'achat des acheteurs et repérer les nouvelles attentes en matière de style de relations commerciales ;
- Pourquoi structurer l'entretien de vente en plusieurs phases ? Quelles sont les différentes phases de la vente ? Quel est l'objectif de chaque phase ? Chaque phase fait appel à des comportements et des compétences particulières. Lesquels ?
- Présentation de statistiques concernant les pratiques et les comportements des meilleurs vendeurs francophones.

2. L'écoute active et la découverte des besoins et des motivations

- Savoir repérer les motivations véritables des clients (acheteurs et opérationnels) ;
- Quelles sont les questions à poser et comment interpréter les réponses des prospects et clients ?
- Comment transformer la découverte en un puissant levier au service de la persuasion ?

3. Les techniques d'argumentation qui amplifie l'impact persuasif auprès des clients et prospects

- Comment transformer une présentation de produits ou de solutions en puissant vecteur de motivation d'achat ;
- Découvrir 3 techniques pour booster ses argumentaires : la bande annonce, l'effet échos, le story-telling ;
- Comment présenter un prix : l'utilisation des biais cognitifs d'ancrage et d'effet de leurre.

4. Conclure les ventes et réfuter les objections

- Les 3 pièges à éviter lors de l'annonce d'un prix ;
- 4 techniques de conclusion adaptées à la conclusion des ventes ;
- Présentation des meilleures techniques de communication adaptées à la réfutation des objections ; Illustration par de nombreux extraits vidéo illustrant ces techniques ;
- Comment contrer les objections de prix ?
- Comment agir sur des clients qui souhaitent reporter ou ajourner leur décision ?

PROGRAMME DE FORMATION

La Défense du Prix – BtB

5. Comment annoncer une nouvelle difficile

- Comprendre les ressorts psychologiques des protagonistes concernés par une « mauvaise nouvelle » - Apport sur L'Analyse Transactionnelle ;
- Présentation de la méthode FARFSF® et entraînements.

PEDAGOGIE UTILISEE

- Pédagogie innovante avec de très nombreux jeux et entraînements pour créer un effet de rupture avec les approches didactiques traditionnelles ;
- Créations de schémas heuristiques par l'animateur pour faciliter la mémorisation des méthodes, questions de découverte clés, arguments commerciaux et scénarios de réfutation des objections ;
- Projections de vidéos issus des travaux de recherche réalisés par les consultants de Practys Conseil : extraits de débats politiques, extraits de documentaires, publicités, extraits d'entretiens de vente en visites mystère ;
- Jeux de rôle « sur mesure » mettant en situation des cas concrets de clients ;
- Jeux de sensibilisation et jeux décalés pour provoquer des puissantes prises de conscience.

EVALUATION DE LA FORMATION

- Chaque participant quittera l'action de formation en ayant :
 - pu présenter sa perception du métier, du processus et des techniques de vente, et exprimer ses attentes et difficultés rencontrées,
 - reçu du feed-back tant du groupe que du consultant.
- Evaluation des compétences acquises via des questionnaires intégrés dans l'e-learning d'approfondissement.
- Etablissement d'un plan d'actions d'améliorations pour chaque participant à la fin de l'action de formation, afin que son N+1 puisse valider les acquis et accompagner l'ancrage des apports de la formation dans le temps.
- Contrôle continu : évaluation individuelle (retour immédiat, évaluation qualitative et quantitative des points forts et points d'amélioration), quizz, exercices, jeux de rôles évalués
- A l'issue de la formation, chaque stagiaire sera appelé à donner sa perception de la formation (contenu, support, exercices, formateur, etc.) via un questionnaire de satisfaction.