



1- Développer ses compétences commerciales en vente directe

Formation 1.2

Découvrir qui est notre client et ce dont il a besoin



Cette formation est essentielle pour que les équipes commerciales ne fassent plus jamais de ventes forcées, mais provoquent des achats. Découvrir qui est le client et ce dont il a réellement besoin afin de lui proposer le produit/service adapté et savoir quels sont les renseignements dont le commercial a impérativement besoin pour offrir le bon produit/service, c'est ce qui fera la différence.



1- Développer ses compétences commerciales en vente directe

1.2 Découvrir qui est notre client et ce dont il a besoin

Prérequis : Aucun	Public : Toute personne en contact avec un public en vue de faire commerce	Durée : 2 journées (2 x 7 heures)	Tarif : Contactez-moi
-----------------------------	--	--	---------------------------------

Détails en bas de page 4

Bienfondé de la formation

Les clients n'achèteront pas votre produit/service parce qu'il est bon, mais parce qu'ils en ont besoin.

Beaucoup de « plan de vente » appuie principalement leur réussite sur l'argumentaire du produit/service commercialisé par la société. Dès les premières minutes de l'entretien de vente les commerciaux sont invités à faire la promotion des avantages de leur produit/service. En vente directe, c'est **une erreur stratégique** qui doit être évitée.

Afin d'avoir **l'adhésion des clients** sans être obligé de forcer la vente, les commerciaux doivent **prendre le temps d'apprendre à connaître leur client et les besoins réels** de ceux-ci. De cette manière, ils adapteront ensuite leur proposition et leur argumentaire.

Ce passage par la découverte des besoins a **deux intérêts essentiels** : **créer l'adhésion** du client (plus je fais parler mon client, plus il m'écouter attentivement ensuite) et **personnaliser la proposition** aux besoins du client (parce que je sais qui il est et ce dont il a besoin. **Le client recevra non pas une proposition universelle, mais La proposition dont il a besoin.**)

.....

Dans un premier temps, les stagiaires vont **revoir ou découvrir** :

- ✓ **Le processus d'une vente éthique et naturelle,**
- ✓ Comment la connaissance des Personnalités Couleurs, et des motivations d'achat (S.O.N.C.A.S.) permettent d'avoir **une relation fluide, agréable et adaptée.**
- ✓ Un **résumé de la prise de contact réussie** afin de positionner les stagiaires dans les conditions optimum du processus de la vente naturelle.

Puis les stagiaires vont `

- ✓ **Comprendre l'intérêt de la découverte des besoins** dans ce processus de vente où l'on provoque l'achat au lieu de forcer une vente non souhaitée.
- ✓ Acquérir les méthodes qui permettent de découvrir les besoins de leurs clients au regard du produit ou service qu'ils commercialisent.
- ✓ **Pratiquer naturellement les bonnes méthodes de questionnement** (exercices et jeux de rôle).
- ✓ Définir de quoi ils ont, eux, besoins pour faire une vente éthique et naturelle.
- ✓ **Construire un plan de découverte.**
- ✓ Construire des questions ouvertes, alternatives et fermées constructives orientées en fonction de ce qu'ils cherchent à connaître.

Finalement, **ils construiront une fiche « enquête » adaptée à la découverte des besoins en fonction de leur produit/service.**



Objectifs pédagogiques

- Découvrir le processus de la vente naturelle
- Découvrir les Personnalités Couleurs
- Découvrir les motivations d'achat (S.O.N.C.A.S.)
- Résumé d'un premier contact réussi
- **Comprendre l'importance de la découverte des besoins**
- Définir quels types de question poser afin d'obtenir les raisons réelles d'achat
- Savoir construire des questions ouvertes, alternatives, relances, fermées
- Savoir découvrir la Personnalité Couleur et la motivation d'achat (S.O.N.C.A.S.)
- Savoir découvrir : compétences techniques, financement, la concurrence, le décideur
- Construire une « enquête » afin de ne pas oublier une question

Contenus

Journée 1

Découvrir le processus de la vente naturelle

- Les neuf phases de la vente

Découvrir les Personnalités Couleurs

- Connaître les quatre Personnalités Couleurs
- Savoir reconnaître ma propre personnalité et celle de mon vis-à-vis

Découvrir les motivations d'achat (S.O.N.C.A.S.)

- Reconnaître les motivations d'achat et leur utilisation dans la communication publicitaire
- Connaître le S.O.N.C.A.S. du produit/service que je commercialise
- Connaître le S.O.N.C.A.S. de mon entreprise

Résumé d'un premier contact réussi

- Faire une bonne première impression – Quelle image consciente et inconsciente je donne de moi-même – Comment je me prépare pour aller à un rendez-vous
- Réussir mon entrée chez un nouveau prospect

Quiz des connaissances acquises : Plickers

Comprendre l'importance de la découverte des besoins

- Capitaliser sur la bonne première impression
- Générer un achat plutôt que de pousser, forcer la vente
- Comparer avec les méthodes de la grande distribution – Motivation d'achat - Publicité – Merchandising

Définir quels types de question poser afin d'obtenir les raisons réelles d'achat

- Lister ce que je dois savoir sur mes futurs acheteurs
- Regrouper les objectifs par des questions générales et des questions ciblées
- Exercice pratique en fonction de notre produit/service

Journée 2

Savoir construire des questions ouvertes, alternatives, relances, fermées

- Découvrir les différents types de question
- Exercice pratique personnalisé pour chaque type de question



Savoir découvrir la Personnalité Couleur et la motivation d'achat (S.O.N.C.A.S.)

- Découvrir les questions permettant de confirmer la Personnalité des clients
- Découvrir les questions permettant de confirmer la motivation d'achat des clients
- Jeux de rôle

Savoir découvrir : compétences techniques, financement, la concurrence, le décideur

- Construire ensemble les questions permettant de connaître les connaissances et compétences techniques des prospects sur le produit/service que nous commercialisons
- Construire ensemble les questions permettant de connaître les moyens financiers des clients
- Construire ensemble les questions permettant de savoir si les clients sont déjà en contact avec des concurrents et où ils en sont
- Construire ensemble les questions qui confirment qui est le décideur

Construire une « enquête » afin de ne pas oublier une question

- À partir des précédents exercices et « travaux pratiques », construction d'un plan de découverte et d'une « enquête » permettant de manière la plus exhaustive possible d'avoir tous les renseignements qui généreront un achat qualifié et naturel.

Méthodes pédagogiques _____

Exposé théorique – Exercices théoriques et pratiques – Atelier de mise en situation – Jeux de rôle - Échanges. Envoi d'un manuel stagiaire numérique en fin de formation.

Modalité d'évaluation _____

Jeux de rôle – Quiz « Plickers » (questions à réponses multiples par smartphone)
- Construction du plan de découverte et de « l'enquête »

Sanction de la formation _____

Envoi d'une attestation de présence

Moyens pédagogiques _____

Salle de réunion de 24 personnes équipée d'un vidéoprojecteur et d'un paperboard – Les stagiaires doivent être équipés d'un smartphone et de quoi prendre des notes et répondre par écrit aux exercices.

Prérequis : Aucun (Mais c'est un plus si les stagiaires ont déjà effectué la formation Personnalités Couleurs)

Public : Toutes personnes en relation avec une clientèle – principalement adaptée pour la vente directe aux particuliers ou aux professionnels.

Intervenant : Vincent Careil

Dates et lieux : Deux journées, soit 2 x 7 heures, de 9h à 17h (dont une heure de break le midi)

Tarif : Contactez-moi