

COMMERCIAUX : AUGMENTER SON POUVOIR D'INFLUENCE

Persuader, convaincre, inciter à chaque étape du process de vente



PROGRAMME

Accessible en :



Intra-entreprise

ou



Visio formation



J -15 > questionnaires avant-stage ciblant contexte, mission, difficultés et cas pratiques relayés par les participants



Jour 1

1 | Adopter les 5 réflexes comportementaux de la vente

- ▶ Le questionnement et l'écoute
- ▶ La focalisation sur le positif
- ▶ L'anticipation des points négatifs de notre offre
- ▶ L'intérêt pour le client, le client, le client !
- ▶ L'importance du silence



2 | Influencer sans argumenter par le jeu des questions

- ▶ La boussole du langage pour clarifier les propos de l'interlocuteur
- ▶ La maïeutique de Socrate ou l'art de "faire accoucher" le client
- ▶ La méthode SAFI



3 | Persuader grâce aux apports de la psychologie sociale

- ▶ Les 2 principes de la prise de décision
- ▶ Les pièges de l'engagement
- ▶ Les techniques d'influence



Ancrage des acquis

- ▶ Consolidation Plan d'action et de progression individuel



Jour 2

Réactivation des acquis du jour 1

4 | Convaincre par les outils de la communication suggestive

- ▶ Le «pitch» de présentation personnelle
- ▶ L'art du «storytelling»
- ▶ Les tactiques de suggestion

5 | Développer une argumentation impactante dans son discours

- ▶ Le réflexe CAP : caractéristique - avantage - preuve
- ▶ La notion d'avantage client et de valeur d'usage
- ▶ La technique de l'auto-objection pour garder la main
- ▶ Les techniques d'argumentation spécifiques

6 | Inciter le client à passer à l'action

- ▶ L'identification des signaux d'achat parmi : la projection, la satisfaction, la discussion prix
- ▶ Le client est d'accord
- ▶ Le client reporte sa décision à plus tard
- ▶ Le client doute
- ▶ Le client vient, revient, re- revient... mais n'achète pas !



Ancrage des acquis

- ▶ Consolidation Plan d'action et de progression individuel
- ▶ **Eval'formation** et remise des attestations



S.A.V. Pédagogique : Crédit mail 7/participant pendant 6 mois.



Objectifs pédagogiques

COMMENT FAIRE POUR ...

- 1 Adopter les 5 réflexes comportementaux de la vente
- 2 Influencer sans argumenter par le jeu des questions
- 3 Persuader grâce aux apports de la psychologie sociale
- 4 Convaincre par les outils de la communication suggestive
- 5 Développer une argumentation impactante dans son discours
- 6 Inciter le client à passer à l'action



EVAL'FORMATION

Avant la formation : Identifier ses **attentes**, ses enjeux, remonter ses **difficultés**, son **contexte**

En fin de formation : **Auto-évaluer sa progression personnelle** sur chaque objectif pédagogique

Après la formation : **Donnez votre avis** sur l'utilité de la formation de retour à votre poste de travail !



PROFIL DE L'INTERVENANT

Consultant Senior en Techniques de Ventes et expert de la communication interpersonnelle



PUBLIC

Personnes concernées : Commerciaux seniors - Responsables commerciaux - Responsable grands comptes -

Prérequis : Aucun

Effectif préconisé : max. 8 participants



MODALITÉS

Intra-entreprise : organiser cette formation dans votre entreprise et personnaliser le module à vos enjeux

Visio formation : formation accessible à distance en classes virtuelles sur la base de 4 séances de 3,5 h

[Cliquer pour demander un devis détaillé](#)




CONTACT

responsable inter en intra : Chrystel Belvisi

tél : +33 (0) 950 05 60 60

email : info@capitecorpus.com

 Vous êtes en situation de **handicap** : nous sommes là pour personnaliser votre accompagnement : [nous contacter](#)

Les activités pédagogiques Capite Corpus



DécliC > prendre conscience ...



MécaniC > s'approprier une méthode...



PratiC > se mettre en situation ...



VéridiC > s'entraîner dans son contexte ...