



ORGANISME DE FORMATION AUX TECHNOLOGIES ET METIERS DE L'INFORMATIQUE

Formation Commercial pour non-commerciaux

N° ACTIVITÉ : 11 92 18558 92

TÉLÉPHONE : 01 85 77 07 07

E-MAIL : inscription@hubformation.com

Ce stage pratique vous permettra d'adopter un esprit commercial gagnant afin de pouvoir accompagner vos actions, recueillir des informations pertinentes, porter vos projets et comprendre les techniques pour construire et gérer la relation avec un client interne ou externe.

Objectifs

- | Développer une posture commerciale pour mieux vendre son offre ou son projet
- | Dépasser ses a priori sur l'approche commerciale
- | Maîtriser les étapes d'un entretien centré sur les besoins et attentes client
- | Argumenter en bénéfices pour son interlocuteur/client
- | Animer une présentation structurée et dynamique de son offre

Public

- | Toute personne souhaitant développer son esprit commercial et/ou comprendre la logique d'une démarche commerciale.

Prérequis

- | Aucun

Programme de la formation

Adopter un comportement commercial

- | Découvrir, au-delà des apparences, ce qu'est vraiment l'esprit commercial.
- | Les missions du commercial.
- | Cartographier les différentes étapes de la relation client/prospect.
- | Apprendre à se présenter et nouer le contact. Les points à respecter pour présenter sa société.
- | Apprendre à se présenter à un client : les différences par rapport au prospect.
- | Proposer un plan d'entretien à son client.
- | Observer, savoir écouter, questionner et savoir reformuler.
- | Décoder les comportements de son client : posture, gestes, voix, regard, expression du visage.
- | Connaître son offre et savoir en parler.
- | Utiliser le référencement pour découvrir de nouveaux prospects.
- | Mise en situation Présenter sa société et son offre en une minute. Débriefing collectif.

Dépasser vos freins

- | Découvrir vos "croyances limitantes" dans votre approche commerciale.
- | Prendre du recul pour faire preuve de discernement et d'objectivité.
- | Traiter les objections les plus fréquentes.
- | Dépasser ses peurs : les étapes à suivre.
- | Transmettre votre enthousiasme : aimer et croire en son produit, employer un langage constructif.
- | Observer le comportement de votre interlocuteur.
- | L'effet "iceberg" : le conscient et le subconscient.
- | Mise en situation Faire face à une situation de face-à-face et transmettre une émotion positive. Débriefing collectif.

Référence	CIL
Durée	2 jours (14h)
Tarif	1 480 €HT
Repas	repas inclus

SESSIONS PROGRAMMÉES

A DISTANCE (FRA)

du 26 au 27 juin 2025

PARIS

du 19 au 20 juin 2025

AIX-EN-PROVENCE

du 26 au 27 juin 2025

BORDEAUX

du 26 au 27 juin 2025

LILLE

du 26 au 27 juin 2025

LYON

du 26 au 27 juin 2025

NANTES

du 26 au 27 juin 2025

SOPHIA-ANTIPOLIS

du 26 au 27 juin 2025

STRASBOURG

du 26 au 27 juin 2025

TOULOUSE

du 26 au 27 juin 2025

[VOIR TOUTES LES DATES](#)

Découvrir les besoins potentiels de vos interlocuteurs

- | Maîtriser l'art du questionnement pendant l'entretien. Les différents types de questions.
- | Questionner pendant la phase de découverte.
- | Prendre le temps de reformuler les réponses de son interlocuteur pour vérifier et rassurer.
- | Utiliser la reformulation centrage, écho, synthèse.
- | Apprendre à se centrer sur votre interlocuteur : l'empathie et l'écoute.
- | Se synchroniser avec son interlocuteur, utiliser le même langage.
- | Comprendre les différents types de besoins : besoins fonctionnels, rationnels et psychologiques.
- | Sélectionner les leviers de motivation du client : le SONCAS.
- | Découvrir les points d'amélioration du service ou du produit proposé.
- | Mise en situation Entraînement à des entretiens destinés à découvrir des besoins. Débriefing collectif.

Susciter l'intérêt de vos interlocuteurs

- | Suggérer plutôt qu'affirmer.
- | Adopter la bonne posture pour proposer l'offre commerciale.
- | Trouver un point d'intérêt dans la situation actuelle.
- | Dispenser l'information avec parcimonie.
- | Donner des exemples, imager son discours.
- | Préparer l'étape suivante, mettre au point une phase de transition.
- | Enoncer votre proposition.
- | Mise en situation S'entraîner dans un face-à-face à susciter l'intérêt d'un interlocuteur. Débriefing collectif.

Développer un argumentaire

- | Construire un argumentaire avec l'outil SONCAS.
- | S'appuyer sur les besoins identifiés.
- | Développer les arguments correspondant aux besoins exprimés : l'argumentation sélective.
- | Savoir mettre en avant les points forts de votre offre.
- | Ne pas en nier les points faibles et les utiliser.
- | Ecouter et accepter les objections du client. Rebondir sans agressivité.
- | Savoir conclure l'entretien. Repérer les signaux positifs émis par l'interlocuteur.
- | Mise en situation Entraînement sur l'argumentaire : développer un argumentaire sur un produit ou une offre puis exposer deux arguments du SONCAS en fonction de besoins exprimés. Débriefing collectif.

S'adresser à un auditoire

- | Préparer des éléments de présentation et préparer son matériel.
- | Apprendre à cadrer une présentation commerciale.
- | Exposer l'objet, développer le contenu en exposant, annoncer un plan, répéter l'essentiel, conclure en synthétisant.
- | Rendre une présentation vivante. Stimuler l'attention de l'auditoire.
- | Comprendre tous les types de besoins psychologiques.
- | Faire face aux questions, aux contradictions.
- | Rendre efficace et constructive la phase de questions.
- | Mise en situation Faire une présentation devant un auditoire et gérer ses réactions. Débriefing collectif.

Méthode pédagogique

- | Jeux de rôle et mises en situation filmées suivis d'un débriefing de group sur les techniques mises en oeuvre.

Méthode d'évaluation

Tout au long de la formation, les exercices et mises en situation permettent de valider et contrôler les acquis du stagiaire. En fin de formation, le stagiaire complète un QCM d'auto-évaluation.

Suivre cette formation à distance

Voici les prérequis techniques pour pouvoir suivre le cours à distance :

- | Un ordinateur avec webcam, micro, haut-parleur et un navigateur (de préférence Chrome ou Firefox). Un casque n'est pas nécessaire suivant l'environnement.
- | Une connexion Internet de type ADSL ou supérieure. Attention, une connexion Internet ne permettant pas, par exemple, de recevoir

la télévision par Internet, ne sera pas suffisante, cela engendrera des déconnexions intempestives du stagiaire et dérangera toute la classe.

| Privilégier une connexion filaire plutôt que le Wifi.

| Avoir accès au poste depuis lequel vous suivrez le cours à distance au moins 2 jours avant la formation pour effectuer les tests de connexion préalables.

| Votre numéro de téléphone portable (pour l'envoi du mot de passe d'accès aux supports de cours et pour une messagerie instantanée autre que celle intégrée à la classe virtuelle).

| Selon la formation, une configuration spécifique de votre machine peut être attendue, merci de nous contacter.

| Pour les formations incluant le passage d'une certification la dernière journée, un voucher vous est fourni pour passer l'examen en ligne.

| Pour les formations logiciel (Adobe, Microsoft Office...), il est nécessaire d'avoir le logiciel installé sur votre machine, nous ne fournissons pas de licence ou de version test.

| Horaires identiques au présentiel.

Accessibilité



Les sessions de formation se déroulent sur des sites différents selon les villes ou les dates, merci de nous contacter pour vérifier l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite.

Pour tout besoin spécifique (vue, audition...), veuillez nous contacter au 01 85 77 07 07.