



# Sensibilisation commerciale pour non commerciaux

Mise à jour : Fév. 2024

**Durée** : 2 jours - 14 heures

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Maîtriser les fondamentaux de l'approche commerciale dans la relation client
- Renforcer son efficacité auprès des clients. Gagner en aisance face à un client ou un partenaire
- Adopter une approche conseil pour construire des partenariats "gagnant-gagnant"

## PRÉREQUIS

- Pas de prérequis spécifique

## PARTICIPANTS

- Techniciens, Comptables, Logisticiens, Administratifs et plus généralement les Services Supports de l'entreprise
- Toutes personnes en contact avec la clientèle

## MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Réflexion de groupe et apports théoriques du formateur
- Travail d'échange avec les participants sous forme de réunion-discussion
- Utilisation de cas concrets issus de l'expérience professionnelle
- Validation des acquis par des questionnaires, des tests d'évaluation, des mises en situation et des jeux pédagogiques
- Remise d'un support de cours

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Feuille de présence signée en demi-journée
- Evaluation des acquis tout au long de la formation
- Questionnaire de satisfaction
- Attestation de stage à chaque apprenant
- Positionnement préalable oral ou écrit
- Evaluation formative tout au long de la formation
- Evaluation sommative faite par le formateur ou à l'aide des certifications disponibles

## MOYENS TECHNIQUES EN PRÉSENTIEL

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation, équipée d'ordinateurs, d'un vidéo projecteur d'un tableau blanc et de paperboard

## MOYENS TECHNIQUES DES CLASSES À DISTANCE

- A l'aide d'un logiciel comme Teams, Zoom etc... un micro et éventuellement une caméra pour l'apprenant,
- suivez une formation en temps réel et entièrement à distance. Lors de la classe en ligne, les apprenants interagissent et communiquent entre eux et avec le formateur
- Les formations en distanciel sont organisées en Inter-Entreprises comme en Intra-Entreprise
- L'accès à l'environnement d'apprentissage (support de cours, labs) ainsi qu'aux preuves de suivi et d'assiduité (émargement, évaluation) est assuré
- Les participants reçoivent une invitation avec un lien de connexion
- Pour toute question avant et pendant le parcours, une assistance technique et pédagogique est à disposition auprès de notre équipe par téléphone au 03 25 80 08 64 ou par mail à [secretariat@feep-entreprises.fr](mailto:secretariat@feep-entreprises.fr)

## ORGANISATION

- Les cours ont lieu de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h

## PROFIL FORMATEUR

- Nos formateurs sont des experts dans leurs domaines d'intervention
- Leur expérience de terrain et leurs qualités pédagogiques constituent un gage de qualité

## ACCESSIBILITÉ

- Les personnes atteintes de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation. Notre organisme peut vous offrir des possibilités d'adaptation et/ou de compensations spécifiques si elles sont nécessaires à l'amélioration de vos apprentissages

## Programme de formation

### Obstacles psychologiques à la vente

- Préjugés sur la vente
- Motivation personnelle à vendre

### Présentation de son entreprise

- Eléments-clés à valoriser dans sa présentation: chiffres, dates, résultats...
- Trame d'une présentation.

### Qualités relationnelles indispensables pour la relation client

- Impact de son comportement sur les autres
- Ecoute active pour inciter à parler
- Reformulation pour analyser et hiérarchiser les informations
- Questionnement

### Récolte des informations pertinentes

- Découverte des besoins et des problèmes du client

### Argumentation de l'offre commerciale de son entreprise

- Décomposition de l'offre en 2 notions : les caractéristiques / les avantages
- Mise en valeur des bénéfices-client par la preuve

### Réponse aux objections

- Différentes manières d'interpréter une objection
- Attitude première à adopter lorsque l'on entend quelque chose qui ne nous "plaît pas"
- Accusé-réception pour marquer notre écoute

### Gestion des situations difficiles et la fidélisation de la relation client

- Attitude face à la réclamation
- Trame pour traiter la réclamation en 5 étapes