

## La relation commerciale pour les non-commerciaux

Date et durée
Code formation : VEN10FR Durée : 2 jours Nombre d'heures : 14 heures
Description
<p>La relation commerciale désigne <b>l'interaction entre une entreprise, ses clients ou ses partenaires</b>, allant de la prospection à la fidélisation. Elle implique l'ensemble du personnel de l'entreprise, qu'il soit rattaché au service client, à la qualité des produits ou à la communication.</p> <p>Dans ce contexte, que l'on soit commercial ou non, une compréhension globale de cette démarche permet à chaque collaborateur d'apprécier son rôle pour <b>satisfaire et fidéliser des clients</b>, renforcer l'image de l'entreprise et favoriser sa croissance sur du long terme.</p> <p>L'objectif de cette formation est de développer des <b>compétences fondamentales en techniques de vente</b>. A travers un programme divisé en 4 modules, vous apprendrez à adopter une démarche commerciale en fonction de différents scénarios, à comprendre les besoins de vos interlocuteurs et à communiquer de manière convaincante. Dans un second temps, vous découvrirez <b>comment mettre en valeur des produits ou des services</b> de votre entreprise et à présenter des arguments percutants au bon moment.</p>
Objectifs
<p><b>Objectifs pédagogiques</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Argumenter la présentation de son produit ou projet en mettant en valeur ses avantages.</li><li>• Adopter une posture commerciale efficace pour optimiser la vente de vos produits ou projets.</li><li>• Surmonter ses préjugés sur les techniques de vente.</li><li>• Maîtriser les phases d'une discussion centrée sur les besoins et les attentes du client.</li><li>• Présenter son offre de manière structurée et captivante.</li></ul>
Points forts
Des cours axés sur le partage d'expériences, la découverte de nouvelles techniques de communication et de nombreux exercices de simulation.
Modalités d'évaluation
Travaux Pratiques
Pré-requis
Suivre cette formation nécessite le prérequis suivant :
<ul style="list-style-type: none"><li>• être ou avoir été en situation de devoir convaincre ou présenter un produit, un service ou un projet à un client ou à un public.</li></ul>

**Cette formation s'adresse aux publics suivants :**

- toute personne qui doit présenter un produit, un service ou un projet à des parties prenantes internes ou externes, à des clients, aux responsables de son entreprise et à d'autres publics.

Cette formation s'adresse aux profils suivants

Manager

Chef de projet / Responsable de projet

Chef d'entreprise / Dirigeant

Chef d'équipe / Superviseur

Programme

**Module 1 : adoption d'une attitude commerciale**

- S'adapter au contexte de chaque présentation (en réunion avec la direction et les autres services, face-à-face avec les clients, etc.).
- Découvrir l'autre et communiquer pour convaincre (l'esprit de négociation).
- Comprendre les besoins (l'art d'écouter et de poser des questions).

**Module 2 : présentation de produits ou de service de manière convaincante**

- Connaître son offre et déterminer les principaux arguments de vente.
- Identifier les avantages concurrentiels.
- Présenter les bons arguments au bon moment.
- Définir les rôles dans l'argumentation de groupe.

**Module 3 : influence et persuasion de ses interlocuteurs**

- Identifier son propre profil et celui de son interlocuteur.
- Renforcer son pouvoir de conviction en exprimant son expertise.
- S'approprier les principes pour développer la confiance en soi dans un contexte professionnel (compétence, lucidité, détermination et engagement).
- Apprendre à se centrer sur son interlocuteur (empathie et compétences sociales).
- Développer l'assertivité dans les relations avec les autres
- Prévoir des concessions et des contre-concessions à l'avance
- Répondre aux questions difficiles.

**Module 4 : gestion des objections**

- Identifier la pertinence des objections.
- Rester calme.
- Connaître les principaux types d'objections et leur signification.
- Anticiper les objections.
- Maîtriser les techniques de traitement des objections (reformulation, redéfinition, etc.).
- Travaux pratiques :
  - simulation d'une présentation de produits ou de services devant des clients ou des collaborateurs internes.