

VENDRE

Structurer un argumentaire d'adhésion, écouter au-delà des mots, traiter questions et objections avec méthode.

IDENTIFICATION DU PROGRAMME

Intitulé de la formation

VENDRE

Catégorie / Domaine

Commercial — Action de formation

Type d'action

Action de formation

Organisme dispensateur

Storyselling Lab — Market Distribution Conseil (MDC) — Organisme certifié Qualiopi

Durée totale

14 heures (2 jours)

Format

2 journées en présentiel — 4 à 10 participants

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Écouter au-delà des mots pour comprendre les attentes, contextes et enjeux réels
- Adapter sa posture et son discours à des interlocuteurs très différents
- Structurer un argumentaire convaincant centré sur la valeur client
- Présenter et valoriser un prix avec méthode
- Répondre avec structure aux questions, feedbacks, objections et critiques
- Négocier et défendre ses contreparties sans capituler inutilement

PUBLIC VISÉ ET PRÉREQUIS

Public visé

Commerciaux, technico-commerciaux, consultants, toute personne amenée à conduire des entretiens de vente.

Prérequis

Exercer ou avoir exercé une fonction en contact direct avec des clients ou des prospects.

Délai d'accès

Entre 2 et 6 semaines selon la date de la demande et les disponibilités du calendrier.

MODALITÉS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Modalité

Présentiel

Effectif

4 à 10 participants par session

Répartition pédagogique

75% de mise en pratique sur cas réels — 25% d'apports théoriques

Méthodes mobilisées

- Mises en situation sur cas réels
- Simulations d'entretiens filmées avec débrief
- Ateliers en rotation et jeux de rôle par profil d'interlocuteur

Outils propriétaires SSL

- Questilogie
- Les 3 positions
- Courbe de la posture
- Matrice de scénario
- Oui et/ · Oui mais et/ · Oui si/ · Non et/
- MESORE
- Les 4 urgences

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Jour 1 — Écouter, comprendre et adapter sa posture

Accueil et introduction (30 min) : Tour de table, verbalisation des attentes, cadrage de la journée.

■ Écouter avant de conseiller (1 h)

Théorie : La zone aveugle dans toute relation client

Théorie : L'asymétrie d'information et comment la réduire

Théorie : Chaque interaction construit la confiance

Outil SSL : Questilogie

Exercice : Ce que tu crois dire VS ce que j'entends

Mise en pratique : Trios en rotation sur vrais cas clients — débrief sur ce que l'interlocuteur n'avait pas dit.

■ La découverte structurée : Attentes, Contexte, Enjeux (1 h)

Théorie : Les 3 niveaux d'écoute : verbale, para-verbale, non verbale

Théorie : Reformulations : informative, miroir, émotionnelle

Théorie : Structure de découverte : Attentes · Contexte · Enjeux

Outil SSL : Questilogie · Oui et/

Exercice : Trios en rotation

Mise en pratique : Identification de ce que l'interlocuteur n'avait pas encore dit.

■ Identifier le profil et adapter sa posture (1 h)

Théorie : Les 4 styles observables : directif, analytique, relationnel, créatif

Théorie : Les 3 positions relationnelles : haute, équilibrée, basse

Outil SSL : Les 3 positions · Courbe de la posture

Exercice : Jeu de rôle : identifier le style joué

Mise en pratique : Correction collective — posture adaptée à chaque profil.

■ Structurer un argumentaire qui fait adhérer (2 h)

Théorie : Passer d'une logique de présentation à une logique de conviction

Théorie : Structurer son discours en 4 temps : projection, problème, solution, transformation

Théorie : La différence utile : ce qui distingue réellement votre offre

Outil SSL : Matrice de scénario

Exercice : Conversion d'un argument technique en histoire transformationnelle

Mise en pratique : Simulation de l'argumentaire adapté à chaque profil.

Ancrage et conclusion (30 min) : Synthèse collective, plan d'action individuel, évaluation à chaud.

Jour 2 — Répondre, défendre et conclure

Accueil et introduction (30 min) : Tour de table, verbalisation des attentes, cadrage de la journée.

■ Présenter et valoriser un prix (1 h)

Théorie : Prix objectif vs. prix subjectif : la valeur perçue prime

Théorie : 3 critères de valeur perçue : utilité (ROI), rareté, substituabilité

Outil SSL : MESORE

Mise en pratique : Sur un cas réel : reformuler une annonce de prix intégrant valeur et rareté.

■ Répondre aux questions, feedbacks, objections et critiques (2 h)

Théorie : 4 types de réactions post-argumentaire : question, feedback, objection, critique

Théorie : Chaque type appelle une réponse structurée différente

Outil SSL : Oui et/ · Oui mais et/ · Oui si/ · Non et/

Exercice : Atelier Festival de Cannes — 4 stands en rotation

Mise en pratique : Correction posture à chaque tour.

■ Négocier, défendre et conclure (2 h)

Théorie : Concession vs. contrepartie

Théorie : Les 4 urgences : client, commune, volumétrique, temporelle

Théorie : Stabiliser l'accord et préparer la relation post-vente

Outil SSL : Oui si/ · Les 4 urgences

Exercice : Le marché persan version professionnelle

Mise en pratique : Simulation face à chaque profil. Feedback posture, structure, assertivité.

Ancrage et conclusion (30 min) : Synthèse collective, plan d'action individuel, évaluation à chaud.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Évaluation des acquis

- Évaluation diagnostique en début de formation (questionnaire de positionnement)
- Exercices pratiques évalués au fil de la formation
- Évaluation finale : Simulation complète d'entretien de vente avec grille d'observation (argumentation, objections, closing)
- Questionnaire de satisfaction à chaud (J) et à froid (J+30)

ACCESSIBILITÉ — PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Référent handicap

Contact disponible sur demande — email : [à compléter] — tél. : [à compléter]

Accessibilité

Formation accessible aux personnes en situation de handicap. Tout besoin d'adaptation (accessibilité des locaux, supports adaptés) est étudié en amont de l'inscription sur simple demande auprès du référent handicap.

TARIFS ET FINANCEMENT

Tarif

Intra-entreprise : sur devis selon effectif et configuration — Inter-entreprises : nous contacter

Financement

Finançable via OPCO (plan de développement des compétences) — CPF exclu — Devis sur demande