

Programme de formation

Construire et Optimiser son Argumentaire de Vente

(mise à jour janvier 2025)

Public : Dirigeants ou salariés souhaitant structurer et perfectionner leur argumentaire commercial pour améliorer leurs ventes.

Pré-requis : Aucun pré-requis technique. Une bonne connaissance de ses produits ou services est souhaitable.

Contact & Admission : Entretien physique ou téléphonique avec Elisabeth Catusse afin d'évaluer les besoins et attentes du stagiaire et finalisation de la demande de prise en charge.

Modalités & délais d'accès : Inscription 1 mois au plus tard avant le démarrage de la formation.

Objectifs pédagogiques :

- Construire un argumentaire de vente structuré et impactant.
- Mettre en avant les points forts de leurs produits ou services pour répondre aux besoins des clients.
- Gérer les objections avec confiance et professionnalisme.
- Adapter leur discours commercial en fonction des profils de clients.
- Augmenter leur taux de conversion et renforcer la fidélisation.

Résumé du plan :

1. Introduction à l'argumentaire de vente et son importance.
2. Identifier les besoins clients et analyser son offre.
3. Structurer un argumentaire percutant : technique CAB (Caractéristiques, Avantages, Bénéfices).
4. Travailler la personnalisation de l'argumentaire selon le profil client.
5. Techniques pour gérer les objections et conclure une vente.
6. Adapter son discours commercial : argumentaire face à différents profils de clients.
7. Mise en situation : présentation et ajustement d'un argumentaire de vente.
8. Réflexion sur un plan d'action post-formation pour optimiser les pratiques commerciales.

Méthodes mobilisées (Moyens techniques & Pédagogiques) : Alternance théorie/pratique adaptée aux besoins des dirigeants de TPE. Études de cas concrets et exercices interactifs. Accompagnement personnalisé pour garantir des résultats concrets et opérationnels.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap : Avant chaque formation, nous réalisons un diagnostic (fiche d'entrée en formation). Si nécessaire, nous orientons sur des structures spécialisées.

Référent Handicap : Cécile Fiter - 07 83 67 20 79 - cecilefiter@gmail.com

Support pédagogique : Un diaporama (PowerPoint) récapitulatif est remis à chaque stagiaire.

Modalités d'évaluation : Exercices pratiques : construction et présentation d'un argumentaire de vente. Études de cas : analyse de situations commerciales et simulations.

Durée : 2 jours (16 heures) **Prix :** Sur demande

Déroulé détaillé de la formation

Jour 1 : Comprendre et structurer son argumentaire

- **Introduction à l'argumentaire de vente :**
 - Pourquoi un bon argumentaire est indispensable pour vendre efficacement.
 - Analyse de l'importance d'un discours clair et structuré dans une démarche commerciale.
- **Identifier les besoins clients :**
 - Techniques pour découvrir les attentes et motivations des clients.
 - Analyse de l'offre : points forts, éléments différenciateurs, et bénéfices pour les clients.
- **Structurer un argumentaire percutant :**
 - Présentation de la méthode CAB : Caractéristiques, Avantages, Bénéfices.
 - Techniques pour hiérarchiser les arguments et capter l'attention dès le début.
 - Exercice : construction d'un argumentaire pour un produit ou service spécifique.
- **Personnalisation de l'argumentaire :**
 - Adapter le discours commercial en fonction du profil client (B2B, B2C, fidèle, prospect).
 - Utilisation de techniques d'empathie et de reformulation pour établir un lien de confiance.

Jour 2 : Techniques avancées et mise en pratique

- **Gérer les objections :**
 - Comprendre les objections courantes et y répondre de manière constructive.
 - Techniques pour transformer une objection en opportunité de convaincre.
 - Exercice pratique : simulations de gestion d'objections.
- **Adapter son discours commercial :**
 - Techniques pour ajuster son argumentaire en fonction des contextes et profils clients.
 - Mise en avant des atouts spécifiques pour répondre aux besoins individuels.
- **Mise en situation et retour d'expérience :**
 - Présentation d'un argumentaire de vente préparé par chaque participant.
 - Feedback collectif et ajustements pour perfectionner le discours.
- **Plan d'action post-formation :**
 - Identifier les points à améliorer et les objectifs à atteindre.
 - Élaboration d'un plan de suivi pour intégrer les techniques dans les pratiques commerciales.