



## COMMERCIAL ET MARKETING

# Argumenter l'offre, convaincre le client Donner envie de choisir l'ESAT



### OBJECTIFS

- Suivre une démarche pour convertir une demande en commande.
- Identifier les motivations d'achat du client.
- Convaincre le client de l'intérêt de son offre.
- Transformer l'adhésion du client en décision d'achat.
- Optimiser l'expérience du client sur son parcours d'achat.

#### Pour qui ?

Directeurs, directeurs adjoints, fonctions commerciales, moniteurs, moniteurs principaux, chefs d'atelier, adjoints techniques, conseillers d'insertion professionnelle.

#### Pré requis

Aucun.

#### Nombre de stagiaires

12 maximum.

#### Durée

2 jours, soit 14 h.

#### Coût\*

Inter-établissements : 500 € nets exonérés de la TVA, hors déjeuner à la charge des stagiaires.

Intra-muros : 3 600 € nets exonérés de la TVA, frais du formateur inclus. Déjeuner à la charge de l'établissement d'accueil.

\* Intra-muros mutualisée - Devis sur demande.

#### Moyens pédagogiques

Méthodes pédagogiques actives, études de cas (fil rouge), productions d'outils (guide de questionnement et des argumentaires).

#### Moyens d'évaluation

Questionnaire de validation des acquis, fiche d'évaluation de la formation.

#### Moyens techniques

Support Powerpoint, projection animation sur tableau blanc



### PROGRAMME ET DÉROULÉ

Chaque demi-journée débutera par un tour de table : le premier jour afin de présenter la formation et identifier les attentes des participants, les jours suivants pour valider les acquis de la demi-journée précédente.

#### JOUR 1

##### 9 h 00 à 12 h 30 :

- Définir la démarche de vente :
  - situer l'acte d'achat dans le parcours client,
  - ce qu'attendent les clients de leur interlocuteur,
  - les 6 étapes clés pour remporter l'adhésion du client.
- Préparer un entretien à caractère commercial :
  - se fixer un objectif,
  - identifier les informations à collecter.

##### 13 h 30 à 17 h 00 :

- Etablir un contact confiant avec son interlocuteur :
  - se présenter et présenter son ESAT,
  - s'adapter au style de son interlocuteur,
  - ouvrir le dialogue.
- Comprendre les besoins et attentes du client :
  - recueillir les besoins techniques, détecter les motivations d'achat,
  - manier le questionnement efficacement.

#### JOUR 2

##### 9 h 00 à 12 h 30 :

- Convaincre de la valeur de son offre :
  - relier son argumentation aux motivations détectées,
  - présenter ses arguments avec la méthode APB.
- Traiter les objections à l'achat :
  - recevoir et surmonter les objections du client,
  - traiter spécifiquement l'objection prix,
  - erreurs à éviter, réflexes à adopter.

##### 13 h 30 à 17 h 00 :

- Conclure la vente :
  - repérer les feux verts de la décision d'achat,
  - aider le client à choisir,
  - conclure positivement l'entretien... même en cas de refus.
- Consolider la relation :
  - sécuriser la suite du parcours client,
  - consolider la relation pour fidéliser ses meilleurs clients.
- Evaluation de la formation, échanges et conclusion.

### INTERVENANTE

**Catherine BESIERS-TABOURNEAU**