



2
Jours

Devenir expert de la relation client et développer son lobbying commercial

dans COMMERCIAL - COMPORTEMENTAL / Réf : CIAL-CPT-06

Objectifs de la formation

- Utiliser les outils de communication d'influence
- Organiser sa stratégie d'influence
- Développer son leadership et le positionnement de son offre

Programme de la formation

A l'issue de la formation, les participants seront préparés à :

Jour 1 - Matin

1. Utiliser la communication d'influence

- Identifier les positionnements : l'analyse transactionnelle
- Choisir un mode de communication adapté
- Approcher les techniques de PNL
- Adopter le bon mode de raisonnement
- Utiliser la proactivité comme outil stratégique
- Persuader plutôt que convaincre

Jour 1 - Après-midi

2. Préparer et organiser sa stratégie d'influence

- Développer sa communication d'influence
- Planifier son action en structurant son temps et ses priorités
- Cartographier la chaîne de décision (décisionnaire, relais d'influence, parties prenantes)
- Vendre de la création de valeur ajoutée



Jour 2 - Matin

3. Comprendre la notion de création de valeur dans la vente

- Identifier les trois niveaux où intervient la création de valeur
- Découvrir la force de « la douleur et du manque »
- Évaluer la création à la coproduction de valeur : confiance / suggestion / adhésion

4. Chiffrer la création de valeur et la faire accepter

- Chiffrer les éléments de « marchandage » et les objets de négociation
- Intégrer le « prix de rupture »
- Intégrer ces éléments à la proposition commerciale et à la négociation
- Savoir donner une échelle subjective pour les éléments non chiffrables
- Apprendre à raisonner à partir de la notion de « manque »
- Utiliser la balance « coût / bénéfice » de l'offre

Jour 2 - Après-midi

5. Passer de la création à la valorisation de la valeur

- Connaître les règles de validation des différentes informations transmises
- Utiliser le cycle CAB
- Aider le client à vendre lui-même la valeur à son client
- Construire un argumentaire fondé et articulé sur la création de valeur
- Valoriser la création de valeur dans sa présentation de l'offre

Pré-requis

Connaître les techniques de vente de base

Public cible

Commercial sédentaire ou non sédentaire ou toute personne amenée à argumenter face à un client dans un



contexte de vente.

Pédagogie

Méthodes pédagogiques

- Notre pédagogie est adaptée aux participants et aux spécificités de leur métier. Le stagiaire, au centre du processus d'apprentissage, pourra interagir avec le formateur et les autres participants en faisant part de ses expériences.
- La pédagogie que nous mettons en avant favorise l'assimilation par des outils variés, tels que le jeu pédagogique ou la mise en situation. Véritables leviers de motivation, ces outils interviennent en complément des savoirs transmis directement par le formateur, et permettent à ce dernier de s'inscrire dans une démarche de facilitateur et d'intermédiaire dans l'apprentissage.

Modalités d'évaluation

- Les acquis des participants seront mesurés tout au long de la session de formation.
- L'évaluation privilégiera l'aspect formatif et les interactions participant/formateur. Elle pourra éventuellement prendre l'aspect d'un QCM.
- Une attestation de fin de formation reprendra l'ensemble des objectifs pédagogiques de la formation et sanctionnera l'acquisition des savoirs du participant.

