



Efficacité commerciale

## Maîtriser les techniques de vente en B to C

2 jours (14h00) | ★★★★★ 5/5 | DCEFF-BTC | Évaluation qualitative de fin de stage |  
Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Formations Compétences Métier > Performance commerciale > Efficacité commerciale

Contenu mis à jour le 13/10/2023. Document téléchargé le 24/05/2024.

### Objectifs de formation

A l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Identifier les particularités du client particulier
- Différencier le B to C du B to B
- Concevoir un questionnaire contextuel pour l'exploiter
- Développer un argumentaire adapté au B to C en utilisant des arguments factuels, d'analogie et d'autorité
- Optimiser votre préparation pour vous adapter dans toutes les circonstances
- Organiser vos prises de rendez-vous par téléphone, en porte à porte, sur les foires de campagne et les marchés, sur les salons internationaux et avec votre réseau
- Créer l'ambiance et l'intérêt pour motiver le prospect
- Optimiser votre présentation pour susciter l'intérêt du prospect
- Présenter et valoriser le produit en utilisant des comparaisons et en mettant en avant ses spécificités
- Présenter votre société en mettant en avant son historique, son organigramme et son positionnement sur le marché actuel.

### Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Formation délivrée en présentiel ou distanciel\* (blended-learning, e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance).

Le formateur alterne entre méthode\*\* démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation).

Variables suivant les formations, les moyens pédagogiques mis en oeuvre sont :

- Ordinateurs Mac ou PC (sauf pour certains cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel)
- Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne
- Supports de cours et exercices

En cas de formation intra sur site externe à M2i, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation visée conformément aux prérequis indiqués dans le programme de formation communiqué.

\* nous consulter pour la faisabilité en distanciel

\*\* ratio variable selon le cours suivi

## Prérequis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

## Public concerné

Toute personne à vocation commerciale en relation avec la clientèle.

## Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

# Programme

## 1) Avant la formation

- Questionnaire de positionnement pour identifier ses propres axes de progrès

## 2) Pendant la formation

### Introduction

- Présentation de chacun
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Présentation du cadre de la formation
- Contextualisation des objectifs et des enjeux
- Emergence des représentations des participants
- Ajustement du contenu du programme de la formation si besoin

### Préparation

- Identifier les particularités du client particulier
- Bien différencier le B to C du B to B
- Concevoir et exploiter un questionnaire contextuel
- Développer un argumentaire adapté au B to C : arguments factuels, d'analogie, d'autorité...
- Se préparer à s'adapter dans toutes les circonstances

### Prise de rendez-vous

- Par téléphone
- En porte à porte
- Sur les foires de campagne et les marchés
- Sur les salons internationaux
- Avec son réseau

### Motivation du prospect

- Créer l'ambiance et l'intérêt
- Se présenter avantageusement
- Créer les motivations d'achat

## **Présentation et valorisation du produit**

- Comparaisons et spécificités
- La technique au service du client
- Les essentiels de la présentation du prix

## **Présentation de sa société**

- Historique et organigramme
- Positionnement sur le marché actuel
- Vendre ses compétences
- Trouver un angle original et sortir des sentiers battus
- Créer la bonne accroche

## **Présentation de son press-book**

- Créer son support
- Les différents types de support
- Déterminer le cheminement

## **Obtention d'un engagement moral**

- Rendre le moment solennel
- Sortir le produit du contexte financier
- Prendre en compte l'utilisation d'Internet et des réseaux sociaux
- Evincer la concurrence de la décision finale
- Appliquer la règle des 3 "oui"

## **Conclusion de la vente**

- La motivation du prospect
- La présentation et la valorisation du produit
- Se vendre et vendre son entreprise
- Les essentiels de la présentation du prix

## **Vente d'un financement**

- Maîtriser ses documents
- Motiver le client en parlant de mensualités
- Présentation de l'organisme de financement
- Défendre les intérêts de l'entreprise
- Amener le client à choisir une formule
- Verrouiller la signature du financement

## **Consolidation de sa vente**

- Les actions qui scellent l'accord
- Les documents
- Verrouiller la signature
- Obtenir des adresses

## **Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)**

- *Autodiagnostic*
- *Mises en situation : atelier collectif ou simulations basées sur des cas concrets proposés par les stagiaires*
- *Exercices d'entraînement*
- *Analyse de scénarii*
- *Brainstorming en sous-groupe*
- *Jeux de rôle*
- *Débriefing sur les comportements mis en oeuvre : analyse de pratique*
- *Plan d'action : rédiger son plan d'action personnalisé (PAP), objectifs et actions concrètes*

## **Synthèse de la session**

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Evaluation formative (quiz permettant de valider les compétences acquises)
- Bilan oral et évaluation à chaud

## **3) Après la formation : consolider et approfondir**

- Pendant 3 mois après la formation, les participants bénéficient d'un suivi personnalisé asynchrone auprès du formateur par courriel
- Ils reçoivent des feedbacks et des conseils personnalisés en relation avec les sujets abordés en formation

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

## **Modalités d'évaluation des acquis**

- En cours de formation, par des mises en situation contextualisées évaluées
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation

## **Accessibilité de la formation**

Le groupe M2i s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Les détails de l'accueil des personnes en situation de handicap sont consultables sur la page Accueil et Handicap.

## **Modalités et délais d'accès à la formation**

Les formations M2i sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme. Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation. Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 11 jours ouvrés.