

Programme Excellence en vente

Merci de consulter ce plan de formation. Cette formation s'adresse aux entreprises et PME québécoises soucieuses de former sa force de vente.

Le formateur – Jacques La Berge



Jacques La Berge a plus de 30 ans d'expérience en gestion des ventes et vente. Diplômé en communication et administration des affaires (EMBA), Jacques compte parmi ses clients l'Université Laval, 4 Cégeps et a desservi près de 1000 entreprises partout au Québec au cours de 10 dernières années.

Pour Jacques La Berge, l'excellence en vente passe par la maîtrise des techniques de communication interpersonnelle, la maîtrise des techniques de vente et par la maîtrise des concepts de valeurs ajoutées et de différenciation en vente.

Note 1

Cette formation en vente stratégique est une adaptation en ligne d'une formation de 9 jours, financé par Emploi-Québec, que le Cégep de Ste-Foy a distribué pendant 10 ans (3 présentations par année) et le Cégep de La Pocatière (1 présentation annuelle) pendant 5 ans.

Cette formation a été ***mise à jour en janvier 2020*** pour prendre en compte l'impact des technologies en vente et aussi, prendre en considération l'évolution des processus d'achat chez les clients.

Le taux de satisfaction compilé lors des sondages d'Emploi-Québec, oscillaient entre 92 et 94%.



Les objectifs de cette formation

- **Augmenter les compétences :**
 - en vente et en développement d'affaires.
 - En communication interpersonnelle.
- **Développer le côté stratégique :**
 - Comprendre le marché et d'être capable d'élaborer un plan stratégique de développement conforme aux besoins du marché.
 - Optimisation des comptes clients,
 - Ventes croisées.
 - Référencement.
- **Améliorer la qualité de ses communications interpersonnelles**
 - D'être capable son discours client en fonction des caractéristiques suivantes (Profil de personnalité, profil de négociateur, scripts de vente, AIDA, CAB et SONCAS, visuel ou auditif, etc.).
 - Améliorer son écoute active.
 - Développer sa capacité à communiquer efficacement la valeur ajoutée de ses produits et services et son facteur.
 - Maîtriser les 7 types de question.
- **D'être en contrôle**
 - De toutes les étapes de son processus de vente.
 - D'être en contrôle des informations pertinentes.
 - De sa gestuelle non verbale afin d'influencer le client positivement.
- **Intégrer les technologies à son développement des affaires**
 - CRM
- **De développer des outils personnalisés pour optimiser son développement des affaires**
 - CAB + SONCAS
 - Grille d'analyse de besoins
 - Grille de négociation
 - Scripts de vente
 - Etc.



Plan de match

Ce qui est proposé- 10 MODULES – 28 FORMATIONS sur 14 demi-journées

28 activités de formation

20 sessions de formations
3 ateliers de travail
3 jeux de rôle

Module 1 – Principes de communication interpersonnelle

2 séances en ligne.

Module 2 – Principes de communication interpersonnelle – Langage non verbal

1 session en ligne.

Module 3 – La prospection

6 sessions en ligne.
2 ateliers de travail.

Module 4 – L'analyse de besoins et l'écoute active

3 sessions de
2 jeux de rôle

Module 5 – La présentation corporative

3 sessions
1 atelier

Module 6 – La négociation

2 sessions
1 jeu de rôle

Module 7 – La gestion des objections et la fermeture de la vente

2 sessions

Module 8 – Fidélisation de la clientèle

1 session

Module 9 – Gestion du temps et éthique de vente

1 session

Module 10 – Retour sur la formation

1 atelier de travail



Les modules

Module 1 – Principes de communication interpersonnelle – Profil de personnalité

Communiquer efficacement fait partie des compétences clé à maîtriser en vente. Plus encore, être capable d'adapter son style de communication en fonction des diverses personnalités est une compétence qui procure un facteur de différenciation fort.

Comprendre les divers profils de personnalité permet de personnaliser sa façon de communiquer et ainsi, optimiser sa capacité à bâtir des liens de confiance et à faire évoluer la pensée des clients.

Objectifs

Maitriser les concepts de communication interpersonnelle.

Comprendre votre profil de communication.

Apprendre à adapter votre profil de communication en fonction des autres profils.

Outils

Profil de communication. (Le profil devra être rempli en ligne avant le module).
Guide des profils et comment s'y ajuster.

Durée

2 sessions en ligne.

Contenu

- Session 1
 - Impact de la communication interpersonnelle en vente.
 - Techniques de communication interpersonnelle.
- Session 2
 - Présentation des profils en lien avec la vente.
 - Rapide analyse des profils des participants.
 - Comment, en vente, adapter son discours en fonction des diverses personnalités.



Module 2 – Principes de communication interpersonnelle en vente – Langage non verbal

93% de la communication interpersonnelle passe par le non-verbal. Un représentant efficace doit savoir décoder les signes non verbaux et utiliser sciemment des techniques non verbales pour accentuer l'impact de ses communications.

Objectifs

Comprendre et reconnaître les signes non verbaux positifs et négatifs.
Maîtriser des techniques de langage non verbal pour optimiser son efficacité communicationnel.

Durée

1 session en ligne

Contenu

- Reconnaître les signaux non verbaux en vente.
- Gérer les silences en vente.
- 10 gestes non verbaux ayant un impact sur la relation avec le client.

Module 3 – Prospection

La prospection est indispensable à la croissance des organisations. Au cours des dernières années, la technologie a bouleversé à la fois le processus d'achat des entreprises et à la fois la façon de prospecter.

Objectifs

Comprendre ce qu'est un plan stratégique de prospection.
Planifier stratégiquement la prospection.
Bâtir les outils indispensables au succès en prospection.
Intégrer les technologies à la prospection.



jacques la berge

coach · conférencier · formateur
vente & communication

Outils de vente à bâtir

Scripts de prospection (AIDA)
Plan stratégique
CAB
SONCAS
Grille planification comptes client

Durée

6 sessions
2 ateliers

Contenu

- Session 1
 - Approche stratégique et planification de la prospection.
 - Optimiser un territoire de vente.
 - Définir les objectifs.
 - Choisir ses stratégies de prospection.
 - Positionner ses produits et services (CAB ET SONCAS) :
Quelle valeur ajoutée apporte-t-on au client...
 - a. En tant qu'entreprise.
 - b. En tant que représentant.
 - c. Définir les CAB et SONCAS.
- Session 2
 - Retour sur le CAB et les SONCAS.
 - Définir ses facteurs de différenciation :
 - Pour l'entreprise par rapport à la compétition.
 - Pour le représentant.
 - 1. Branding.
 - Prospection traditionnelle :
 - Directes et indirectes.
- Session 3
 - Social Selling :
 - Utilisation des médias sociaux.
 - Mécanisation des ventes.
- Session 4
 - Social Selling 2
 - Recherche en ligne
 - LinkedIn Navigator

Québec : 4C, rue Pleau, Pont-Rouge, G3H 2G2

Montréal : 1188 Avenue Union bureau 100, Montréal, QC H3B 0E5

Site Internet : www.jacqueslaberge.ca

Tel. 418 254 2979

Tel. 514 980 2979

courriel : jlaberge@jacqueslaberge.ca



- Session 5
 - Télémarketing
- Session 6
 - Vente croisée et référencement.
 - Bâtir une stratégie de comptes pour les clients majeurs.
- Session 7
 - Atelier de travail
 - Validation plan stratégique
 - Validation CAB et SONCAS
- Session 8
 - Ateliers
 - Scripts de vente

Module 4 – Analyse de besoins et écoute active

L'analyse de besoins est l'étape charnière du processus de vente. La fermeture de la vente dépend en grande partie de la qualité de l'analyse (les questions) et la capacité des représentants des ventes à écouter et à investiguer les réponses obtenues.

Pour qu'une analyse de besoins soit efficace, l'écoute active doit être optimale. L'écoute active dans la communication interpersonnelle est une technique qui favorise la bonne compréhension de son interlocuteur. Dans un entretien de vente ou de négociation, l'écoute active est une compétence relationnelle qui aide à obtenir de son client des informations plus pertinentes.

Objectifs

Comprendre les objectifs d'une analyse de besoins.

Maitriser la structure d'une analyse.

Apprendre à rédiger une analyse de besoins.

Maitriser les concepts de l'écoute active.

Comprendre l'importance de noter les réponses.

Apprendre à approfondir les réponses obtenues.

Outil de vente à bâtir

Script d'analyse de besoins



Durée

3 sessions

2 jeux de rôle

- Contenu du jeu de rôle
À tour de rôle, les participants devront utiliser les techniques d'investigation, investiguer les besoins d'un client et approfondir les réponses obtenues. de rôle de 2 heures

Contenu

- Session 1
 - Les 4 objectifs d'une analyse de besoins réussies :
 - Bâtir la relation.
 - Connaitre l'entreprise, son contexte et ses besoins.
 - Faire évoluer la pensée du client.
 - Positionner l'expertise.
 - Les 7 types de question et les 2 sortes de reformulation.
- Session 2
 - L'importance de rédiger 25 questions.
 - Influe positivement sur le lien de confiance avec le client.
 - Permet d'être en écoute active.
 - Permet d'approfondir tout élément qui mérite de l'être.
 - Donne une impression positive au client.
 - Permet d'alterner des questions qui ont des objectifs différents :
 - Trouver de l'information.
 - Approfondir l'information.
 - Faire réfléchir.
 - Accentuer un effet.
 - Diriger le client vers une alternative.
 - Impliquer le client.
 - Etc.
- Session 3
 - Comprendre les avantages apportés par une écoute active de qualité.
 - Comprendre les mécanismes d'écoute.
 - Comment optimiser l'écoute active.
 - Maîtriser les questions d'approfondissement qui favorisent l'écoute active.
- Session 4
 - Jeu de rôle portant sur l'écoute active en vente.



- Session 5
 - Jeu de rôle portant sur l'analyse de besoins.

Module 5 – La présentation corporative

La présentation corporative d'un produit ou service constitue une étape cruciale du processus de vente. C'est là que votre capacité à présenter et faire accepter la valeur ajoutée de vos produits et services entre en ligne de compte.

Objectif

Comprendre l'AIDA pour faire des présentations qui auront de l'impact.

Structurer sa présentation :

Ce que je veux que le client ressente (émotion)

Ce que je veux que le client comprenne (raison)

Ce que je veux que le client fasse à la fin de la présentation (Call To Action)

Comprendre les concepts de hiérarchisation.

Outil de vente à bâtir

Grille de hiérarchisation des besoins

Durée

3 sessions

1 jeu de rôle

Contenu

- Session 1
 - Optimisation de sa présentation avec le CAB (technique de présentation).
 - Comment être attractif :
 - Hiérarchisation des besoins implicites et explicites du client.
 - Utiliser l'AIDA.
 - Présenter en respectant l'approche CAB (Caractéristiques, avantages, bénéfices).
 - Comprendre l'importance d'utiliser le langage client.



- Comprendre l'importance de fermer (closing) chaque point présenté.
- Session 2
 - Présenter une offre
 - a. Structurer sa présentation
- Session 3
 - Présenter son offre en ligne
 1. Les outils
 2. Distinction entre en ligne et présentielle
 3. Fermer sa présentation en ligne.
- Session 4
 - Jeu de rôle
 - Chaque participant devra structurer sa présentation et en faire une courte démonstration.
 - 1.

Module 6 – Négociation

En négociation commerciale, l'acheteur est très souvent mieux préparé à la négociation que le représentant. Maîtriser les principes de négociation permet d'augmenter le nombre de fermetures et d'augmenter la marge bénéficiaire de ces ventes.

Le test du profil de négociation permet au représentant de connaître son profil et apprendre à s'adapter aux autres profils.

Objectif

Connaitre son profil de négociation.

Apprendre à s'adapter aux profils différents (lien avec le profil de personnalité)

Apprendre à préparer sa négociation commerciale.

Apprendre à défendre son offre.

Apprendre à compromettre le client.

Outils de vente

Profil de négociateur

Grille d'ajustement face aux différents profils

Grille de concessions contreparties



Durée

2 sessions
1 jeu de rôle

Contenu

- Session 1
 - Profil de négociation des participants :
 - Note : Le test devra être fait avant le module de formation.
 - Connaître son profil de négociation.
 - Comprendre comment s'ajuster aux profils différents.
- Session 2
 - Techniques et stratégies de négociation.
 - L'importance de préparer sa négociation
 - Effet direct sur la rentabilité.
 - Préparer ses concessions et contreparties.
 - Évaluer le rapport de force.
- Session 3
 - Jeu de rôle où les participants devront défendre leurs propositions.

Module 7 – Gestion des objections et fermeture de la vente

Qu'on le veuille ou non, les objections font partie du processus de vente. La capacité à bien gérer les objections a un impact direct sur le taux de fermeture des ventes.

La fermeture des ventes débute dès le début du processus de vente. Dès les premières minutes d'une rencontre avec un prospect, le représentant efficace aura déjà obtenu trois oui de la part du prospect.

Objectifs

Maitriser les techniques de gestion des objections.
Apprendre à gérer les objections de façon proactive.
Maitriser trois techniques de fermeture de la vente.
Apprendre à débiter la fermeture de la vente dès le début du processus de vente.



jacques la berge

coach · conférencier · formateur
vente & communication

Outils de vente

Grille des objections et des réponses.

Durée

2 sessions

Contenu

- Session 1
 - Gestion des objections.
 - La gestion des objections
 - Définition d'une objection.
 - Les différents types d'objection.
 - Gestion proactive des objectifs.
 - Technique de réfutation des objections.
 - Gestion proactive des objections.
- Session 2
 - Fermeture des ventes
 - L'impact du travail du représentant dans la prise de décision du client.
 - Comment réduire le « facteur risque ».
 - Techniques de fermeture des ventes.
 - Comprendre et mettre en application que la fermeture de la vente débute dès le début du processus de vente.

Module 8 – Fidélisation de la clientèle

Fidéliser la clientèle est un défi. En vente, le coût de vente d'un client existant est beaucoup plus bas que le coût d'acquisition d'un nouveau client. Il est donc primordial de comprendre les concepts de fidélisation de la clientèle.

Objectif

Comprendre l'importance du représentant dans le processus de fidélisation.
Comprendre l'importance du service à la clientèle dans le processus de fidélisation.
Comprendre l'importance de la gestion des attentes des clients dans le WOW!

Durée

1 session de 2 heures

Contenu

- Pourquoi fidéliser la clientèle.
- Comment fidéliser la clientèle.

Québec : 4C, rue Pleau, Pont-Rouge, G3H 2G2

Montréal : 1188 Avenue Union bureau 100, Montréal, QC H3B 0E5

Site Internet : www.jacqueslaberge.ca

Tel. 418 254 2979

Tel. 514 980 2979

courriel : jlalberge@jacqueslaberge.ca



- L'importance du représentant dans la stratégie de rétention de la clientèle.

Module 9 – Gestion du temps et éthique de vente

La gestion du temps est capitale en vente. Une gestion optimale du temps contribue grandement à l'atteinte des objectifs.

L'éthique de vente permet d'entretenir de saines relations avec la clientèle et protège l'image corporative de l'entreprise.

Objectif

Apprendre à optimiser la gestion de son temps.
Apprendre à adopter des comportements éthiques en vente.

Durée

1 session de 2 heures

Contenu

- Les lois du temps.
- Planification stratégique du temps et priorisation des activités.
- Présentation de l'éthique de vente.

Module 10 – Atelier études de cas

Bref survol des points importants de la formation suivi d'une étude de cas soumise par les représentants.

Objectif

Retour sur la formation.
Chaque participant devra présenter une étude de cas en lien avec la formation.

Contenu

- Retour sur les points importants de la formation.
- Études de cas présentés par les représentants.



jacques la berge

coach - conférencier - formateur
vente & communication

Durée

1 session

Horaire des formations

Cohorte 3

Date – les lundis, mercredis et vendredis, du 5 octobre au 9 décembre 2020
(sauf le 12 octobre).

28 jours, une session par matin : de 8h à 10h30

Certification

Les participants qui auront réussi la formation recevront une certification « Programme excellence en vente »,

Tarification - Formation

	Coût
1 participant	2995\$
3 participants	2500\$
5 et + participants	2250\$

Note - Taxes en sus

Information complémentaire

Jacques La Berge
4C rue Pleau
Pont-Rouge, G3H 2G2
jlaberge@jacqueslaberge.com
418 254 2979
1-844-980-2979
514 980 2979

Québec : 4C, rue Pleau, Pont-Rouge, G3H 2G2

Montréal : 1188 Avenue Union bureau 100, Montréal, QC H3B 0E5

Site Internet : www.jacqueslaberge.ca

Tel. 418 254 2979

Tel. 514 980 2979

courriel : jlaberge@jacqueslaberge.ca