



Programme Excellence en vente

Merci de consulter ce plan de formation. Cette formation s'adresse aux entreprises et PME désireuses d'augmenter leurs revenus et leur profitabilité.

Les objectifs de cette formation

- ***Vous permettre de vous démarquer de la compétition et d'augmenter vos ventes et votre profitabilité dans la réalité de 2021.***
- ***Développer votre approche stratégique en :***
 - o Mettant en place un plan stratégique de développement conforme aux besoins de votre organisation.
 - o Mettant en place des stratégies de développement des affaires efficaces.
- ***Optimiser vos capacités de communicateur en...***
 - o Adaptant votre discours de vente en fonction des caractéristiques suivantes (Profil de personnalité, profil de négociateur, scripts de vente, AIDA, CAB et SONCAS, visuel ou auditif, etc.).
 - o Optimisant votre qualité d'écoute et votre facteur de persuasion.
 - o Développant votre capacité à communiquer efficacement la valeur ajoutée de vos produits et services et votre facteur de différenciation.
- ***D'être en contrôle...***
 - o De toutes les étapes de votre processus de vente.
- ***Intégrer les technologies à son développement des affaires en...***
 - o En intégrant les stratégies de Social Selling pour augmenter vos ventes.
 - o En automatisant les opérations de vente sans valeur ajoutée.
- ***De développer vos outils de vente personnalisés essentielles au développement des affaires.***



Plan de match

Ce qui est proposé-10 MODULES – 28 sessions de FORMATIONS

28 activités de formation – 2 heures par activités

20 sessions de formation (Contenu)

8 ateliers de travail (Mise en pratique et création de contenu personnalisé))

Lundi – mercredi et vendredi de 8h à 10h0

Module 1 – Principes de communication interpersonnelle et profil de personnalité en vente

2 séances en ligne.

Module 2 – Influencer par la maîtrise du langage non verbal

1

1 session en ligne.

Module 3 – Prospecter efficacement

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 – Présentation corporative efficace de son offre

3 sessions 1 atelier

Module 6 – La négociation commerciale

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

Description des modules

Module 1 – Communication interpersonnelle et profil de personnalité en vente

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.
Apprendre à utiliser le langage non verbal comme outil de persuasion en vente.

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 - Principes de la communication interpersonnelle
 - Impact de la communication interpersonnelle en vente.
 - Techniques de communication interpersonnelle.
- Session 2 – Profil de personnalité
 - 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 – Influencer le client par la maîtrise du 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.
Apprendre à utiliser le langage non verbal comme outil de persuasion en vente.

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 – Prospecter efficacement

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.

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
 - 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 média sociaux.
 - Vendre en ligne.
- Session 4
 - Automatisation des processus de vente :
 - Outils d'automatisation.
- Session 5
 - Télémarketing et courriels de prospection.
- Session 6
 - Stratégies pour optimiser ses ventes :
 - Ventes croisées.
 - Référencement.
 - Etc.
- Session 7
 - Atelier de travail :
 - Validation plan stratégique
 - Validation CAB et SONCAS
- Session 8
 - Atelier de travail :
 - Rédaction de scripts de vente personnalisés



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.
Maîtriser la structure d'une analyse.
Apprendre à rédiger une analyse de besoins.
Maîtriser 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

1 jeu de rôle

1 atelier de travail

Contenu

- Session 1
 - Les 4 objectifs d'une analyse de besoins réussies :
 - Bâtir la relation.
 - Connaître 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
 - Atelier de travail portant sur la rédaction d'un script d'analyse de besoins.
- Session 5
 - Atelier - Jeu de rôle portant sur l'analyse de besoins.
 - À tour de rôle, les participants devront mettre en pratique l'analyse de besoins qu'ils ont conçus.

Module 5 – Présentation corporative efficace de son offre

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
Grille de présentation
Grille de présentation PowerPoint

Durée

3 sessions
1 atelier de travail

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
 - Bâtir son offre :
 - Structurer sa présentation.
- Session 3
 - Présenter son offre en ligne.
 - Distinction entre une présentation en ligne et en présentielle
 - Interagir efficacement en présentation.
- Session 4
 - Atelier - Jeu de rôle
 - Chaque participant faire une courte démonstration de sa présentation corporative.

Module 6 – Négociation commerciale

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.



La négociation et la gestion des objections font partie du processus de vente. La capacité à bien gérer les objections aura un impact direct sur le taux de fermeture des ventes.

Objectifs

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 atelier de travail

Contenu

- Session 1
 - Profil de négociation des participants :
 - Note : Le test devra être fait avant le module de formation.
 - Connaitre 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 :
 - Simulation d'une négociation.



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.

Outils de vente

Grille des objections et des réponses.

Durée

2 sessions

Contenu

- Session 1
 - Répondre efficacement aux objections.
 - Techniques de fermeture des ventes.
 - Comprendre et mettre en application que la fermeture de la vente débute dès le début du processus de vente.
- Session 2
 - Atelier de travail portant sur les objections et la fermeture de la 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.



Objectifs

Comprendre l'importance de l'expérience client en vente.
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

Contenu

- Session 1
 - Pourquoi fidéliser la clientèle.
 - Comment fidéliser la clientèle.
 - L'importance du représentant dans la stratégie de rétention de la clientèle.

Module 9 – Gestion efficace du temps en 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.

Objectifs

Apprendre à optimiser la gestion de son temps.
Apprendre à prioriser les tâches à valeur ajoutée.

Durée

1 session

Contenu

- Session 1
 - Les lois du temps.
 - Planification stratégique du temps et priorisation des activités.



jacques la berge

coach - conférencier - formateur
vente & communication

Module 10 – Retour sur la formation

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

Certification

Les participants qui auront réussi la formation recevront une certification « Programme Excellence en Vente »,

Tarification - Formation

	Coût
1 participant	2995\$
3 participants et plus par participant	2500\$
Option : Bloc coaching individuel 10 heures	1500\$

Note - Taxes en sus

Note 2 : Subventionnable par Emploi-Québec jusqu'à 50% des couts.

Information complémentaire

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