
CONSTRUIRE UN ARGUMENTAIRE COMMERCIAL

Objectifs pédagogiques : Savoir construire un argumentaire commercial efficace pour son entreprise

Public visé : Dirigeants, managers commerciaux, marketing ou relation client

Prérequis : Une bonne connaissance de la vente est recommandée.

Méthode pédagogique : Exposés théoriques - Exercices pratiques – Support de cours au format numérique reprenant les différentes notions vues pendant la formation

Durée et modalités : 1 journée de 7 heures en inter ou intra-entreprise.
Possibilité d'organiser des formations distancielles par session de 2h30 (3 sessions)

Dates de formations : inter-entreprises nous consulter
intra-entreprise à définir avec le client

Délais d'accès : selon conditions de prise en charge de votre OPCO ou financeur

Tarifs : sur devis

Evaluation : A la fin de la formation, les stagiaires auront identifié les avantages compétitifs de leur entreprise et construit leur argumentaire autour de ces forces. Ils auront également listé les questions amenant les avantages et les réponses aux principales objections.

Validation : Une attestation de participation est fournie au stagiaire ayant suivi l'intégralité de la formation

Conditions générales de vente – Accessibilité : [voir sur site](#)

Formateur : Thierry OLIVIER, Docteur en Pharmacie, MBA London Business School, 12 ans de direction commerciale et marketing dans l'industrie médicale et la prestation de services. Consultant en développement commercial et formateur depuis 18 ans. Chargé d'enseignement à l'ESSCA Ecole de Management à Angers et Cholet (Marketing, Marketing digital et CRM). Consultant certifié DISC et Intelligence Emotionnelle

Programme pédagogique

- Rappels sur les étapes de la vente
- Maîtriser les prérequis de l'entretien de vente
 - Connaître son entreprise, son historique et sa concurrence
 - Connaître l'environnement du client, ses préoccupations
 - Connaître les avantages compétitifs des produits et services
 - Construire et utiliser une fiche CAP : base de l'argumentaire performant
- Savoir se présenter - Faire le « pitch »

ADONNANTE DEVELOPPEMENT

Evolution et Développement de la PME - Conseil et formation : des outils et des hommes
Management – Développement commercial – Relations clients

- Découvrir les besoins du client
 - Poser les questions qui font vendre - Questionner en orientant le client
 - Savoir utiliser les différents types de découverte
 - Savoir utiliser les différents types de questions : ouvertes et fermées
- Traiter les réactions et objections du client
 - La tactique de réponse : Parade/Riposte
 - Les pièges de l'affectif : le grand Huit
 - « C'est trop cher » et les autres objections les plus courantes !
- Adapter son argumentaire à chaque client
 - Découvrir les préférences comportementales avec le DISC
 - Reconnaître le style dominant de son client
 - Adapter son argumentaire à chaque style

ADONNANTE DEVELOPPEMENT

Evolution et Développement de la PME - Conseil et formation : des outils et des hommes
Management – Développement commercial – Relations clients