

Arrêtez de vendre, faites acheter

MODALITÉ
Présentiel

DURÉE
3 jours (21 heures)

TARIF
4 800 € HT

EFFECTIF
12 participants max.

DÉLAI D'ACCÈS

Variable selon la personnalisation de la formation. Un délai vous sera communiqué à l'issue de l'étude du recueil des besoins.

Format à distance possible : le déroulé est alors reconçu pour la classe virtuelle. Nous consulter.

■ OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Distinguer les approches Inbound et Outbound, et construire son persona et sa proposition de valeur unique.
- Structurer ses campagnes de prospection multicanal et rédiger des messages et scripts d'appel impactants.
- Comprendre les mécanismes de décision (neurovente, biais cognitifs) et adapter son discours en conséquence.
- Conduire un diagnostic client structuré pour bâtir une argumentation centrée sur son vrai problème.
- Négocier avec assertivité en identifiant les acteurs et les leviers de la décision.
- Lever les freins à la décision et conclure ses ventes au bon moment.

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre les différences entre Inbound et Outbound et les principes du persona et de la proposition de valeur unique.
- Connaître les techniques de prospection multicanal et de rédaction de messages et de scripts d'appel.
- Comprendre les mécanismes cérébraux de la décision et les biais cognitifs qui influencent l'achat.
- Connaître la méthode de diagnostic client (situation actuelle, situation rêvée, écart) et les niveaux de questionnement.
- Comprendre les techniques de négociation et de posture assertive.
- Connaître les leviers pour lever l'immobilisme (équation du changement) et déclencher la décision.

■ PUBLIC VISÉ

- Commerciaux, business developers, consultants, ou responsables marketing impliqués dans des actions de prospection B2B.
- Commerciaux, business developers, consultants et managers souhaitant intégrer les neurosciences dans leur approche de vente.
- Commerciaux, business developers, consultants et managers impliqués dans des négociations B2B.

■ PRÉREQUIS

Aucun

- Commerciaux et business developers en prospection téléphonique et multicanal.
- Commerciaux, consultants et business developers souhaitant améliorer leurs techniques de questionnement et de persuasion.
- Commerciaux, consultants, business developers confrontés à l'objection "je vais réfléchir".

■ CONTENU DÉTAILLÉ

Demi-journée – Inbound vs Outbound

Introduction & cadrage 9h00–9h30

- Présentation des objectifs.
- Tour de table des participants.

Définir son persona 9h30–10h30

ATELIER / MISE EN PRATIQUE

- Identifier le client idéal : profil, besoins, freins, émotions.
- Atelier collaboratif.

Construire sa proposition de valeur 10h45–11h30

ATELIER / MISE EN PRATIQUE

- Méthodologie "J'aide X à faire Y grâce à Z".
- Cas pratiques.

Inbound vs Outbound 11h30–12h30

- Comparaison des deux approches : forces, limites, mise en œuvre.
- Échanges interactifs.

Atelier rédaction de messages 12h30–13h00

ATELIER / MISE EN PRATIQUE

- Ice-breakers, scripts LinkedIn et email.
- Travail en sous-groupes.

2ième demi-journée

Introduction à la neurovente

Comprenez les mécanismes cérébraux de la décision pour mieux vendre

Introduction & cadrage 9h00–9h30

- Présentation des enjeux de la neurovente.

Décisions et biais cognitifs 9h30–10h30

- Systèmes 1 & 2.
- Aversion à la perte, biais du statu quo.
- Quiz + cas concrets.

Activer les émotions 10h45–11h30

ATELIER / MISE EN PRATIQUE

- Storytelling, Peak & End, activation émotionnelle.
- Atelier pratique.

Diagnostic client 11h30–12h30

ATELIER / MISE EN PRATIQUE

- Construire un échange orienté émotions et enjeux.
- Jeux de rôle.

Synthèse 12h30–13h00

- Les clés à retenir pour intégrer la neurovente.

3ième demi-journée

Négociation & Closing

Préparez, négociez et concluez vos ventes avec assurance

Introduction & cadrage 9h00–9h30

- Définition de la négociation et du closing.

Connaître la partie adverse 9h30–10h30

- Rôles, tactiques et stratégies.
- Étude de cas.

Se préparer à négocier 10h45–11h30

ATELIER / MISE EN PRATIQUE

- Matrices MAC & C/C.
- Concessions et contreparties.
- Atelier pratique.

Adopter l'attitude gagnante 11h30–12h15

ATELIER / MISE EN PRATIQUE

- Posture CAP (calme, assertivité, posture).
- Jeux de rôle.

Conclure naturellement 12h15–13h00

ATELIER / MISE EN PRATIQUE

- Silence, next step, questions vraies.
- Mise en situation.

4ième demi-journée

Cold Call vs Smart Call

Transformez vos appels en opportunités grâce à une approche intelligente

Introduction & cadrage 9h00–9h30

- Enjeux du cold call et smart call.

Le cold call 9h30–10h15

- Définition, avantages, inconvénients.
- Travail en groupe.

Réussir son cold call 10h30–11h15

- Préparation, posture, gestion des repoussoirs.
- Exercices pratiques.

Le smart call 11h15–12h00

ATELIER / MISE EN PRATIQUE

- Apport du marketing de contenu et campagnes préparées.
- Cas pratiques.

Scripts et simulation 12h00–12h30

ATELIER / MISE EN PRATIQUE

- Création et mise en pratique.
- Jeux de rôle.

5ième demi-journée

Grille de diagnostic Client

Posez les bonnes questions et révélez les vrais besoins de vos clients

Introduction & cadrage 9h00–9h30

- Rôle du diagnostic client en vente.

Les 3 phases du diagnostic 9h30–10h15

ATELIER / MISE EN PRATIQUE

- Situation actuelle, situation rêvée, écart.
- Atelier collectif.

Les niveaux de questionnement 10h30–11h15

- Questions neutres, personnelles, intimes.
- Exercices pratiques.

Mise en pratique 11h15–12h00

ATELIER / MISE EN PRATIQUE

- Simulation d'entretien diagnostic avec la grille.
- Jeux de rôle.

Synthèse 12h00–12h30

- Lien entre diagnostic et persuasion.
- Débrief collectif.

6ième demi-journée

Le guide anti-réflexion

Aidez vos clients à dépasser le “je vais réfléchir”

Introduction & cadrage 9h00–9h30

- Problématique du “je vais réfléchir”.

Les biais cognitifs 9h30–10h15

- Statu quo, aversion à la perte, illusion du contrôle, paralysie par analyse.
- Quiz + échanges.

L'équation du changement 10h30–11h15

ATELIER / MISE EN PRATIQUE

- Insatisfaction + vision + premier pas vs douleur perçue.
- Cas pratiques.

L'art du questionnement 11h15–12h00

ATELIER / MISE EN PRATIQUE

- Les 5 étapes du diagnostic pour activer les émotions.
- Jeux de rôle.

Stratégies anti-réflexion 12h00–12h30

ATELIER / MISE EN PRATIQUE

- Dissonance cognitive et confrontation des contradictions.
- Atelier collectif.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Ateliers collaboratifs (définition du persona, rédaction de messages).
- Études de cas et exposés interactifs.
- Exercices pratiques sur LinkedIn et email.

- Restitution collective et débrief.
- Quiz et études de cas concrets.
- Ateliers pratiques sur l'activation émotionnelle.
- Jeux de rôle orientés diagnostic client.
- Débrief collectif.
- Études de cas de négociations réelles.
- Ateliers pratiques sur matrices de préparation.
- Jeux de rôle et mises en situation de closing.
- Feedback collectif.
- Travaux en groupe.
- Exercices pratiques sur les scripts d'appels.
- Jeux de rôle téléphoniques.
- Restitution et feedback.
- Ateliers collectifs sur la grille de diagnostic.
- Exercices pratiques de questionnement.
- Jeux de rôle de simulation d'entretien.
- Débrief collectif.
- Quiz et échanges sur les biais cognitifs.
- Études de cas sur l'équation du changement.
- Jeux de rôle de questionnement.
- Ateliers collectifs sur les stratégies anti-réflexion.

■ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Ateliers, cas pratiques, mises en situation

■ BÉNÉFICES

- Savoir distinguer les approches Inbound et Outbound pour mieux les combiner.
- Construire un persona précis pour cibler ses actions commerciales.
- Créer une proposition de valeur unique et différenciante.
- Disposer de scripts et messages prêts à l'emploi pour LinkedIn et l'emailing.
- Décoder les leviers émotionnels qui déclenchent la décision.
- Utiliser storytelling et émotion pour convaincre.
- Adapter son questionnement aux biais cognitifs.
- Améliorer ses résultats en ancrant son discours sur les émotions.
- Gagner en assurance dans les situations de négociation.
- Savoir défendre sa valeur et ses marges.
- Identifier le bon moment pour conclure.
- Sortir des négociations par le haut avec une posture ferme et flexible.
- Savoir quand utiliser cold call ou smart call.
- Construire un script d'appel structuré et convaincant.
- Gérer efficacement repousseurs et objections.

- Exploiter le contenu et LinkedIn pour enrichir ses appels.
- Structurer son diagnostic client pour mieux convaincre.
- Aller au-delà des besoins exprimés pour déceler les motivations profondes.
- Adapter son argumentation au problème réel.
- Gagner en crédibilité et en efficacité lors des entretiens.
- Déjouer l'objection la plus fréquente en vente B2B.
- Comprendre et neutraliser la paralysie par analyse.
- Maîtriser un questionnement efficace pour relancer la décision.
- Transformer l'indécision en engagement concret.

■ SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Fiches mémos synthétiques fournies soit au cours de la formation soit en format digital téléchargeable

■ MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Évaluation des connaissances en amont de la formation
- Évaluation des connaissances pendant la formation
- Évaluation des connaissances en fin de formation
- Attestation de fin de formation avec évaluation de l'atteinte des objectifs

■ ACCESSIBILITÉ ET HANDICAP

Pour tenir compte de toutes les formes de handicap, nous étudions avec vous et avec le lieu de dispense de la formation les aménagements permettant à chacun de participer dans de bonnes conditions. Pour préparer au mieux cet accueil, merci de nous contacter 15 jours avant la formation à l'adresse handicap@changingup.fr. Référent handicap : Marc Fazio.

■ MOYENS ET INSCRIPTION

Contactez-nous pour définir vos besoins et recevoir une proposition.