

Notre organisme en quelques indicateurs clés

Blanc Vert Conseil est un organisme de formation qui existe depuis 2007 et qui compte à ce jour, quelques 5000 personnes formées.

93% des salariés formés par Blanc vert Conseil disent avoir gagné en efficacité et/ou performance à l'issue de la formation suivie.

95% des stagiaires sont prêts à recommander notre organisme.

En 2024, 100% des clients de Blanc Vert Conseil ont été obtenus à partir de recommandation.

Enfin, 98% des stagiaires formés évaluent l'expertise métier du formateur entre bonne et très bonne.

Contexte :

Nous ne dispensons que des formations intra-entreprises, elles sont donc sur-mesure et adaptées aux besoins de chaque client.

Objectifs pédagogiques :

- ◆ (Re)prendre conscience de la dimension du poste de commercial
- ◆ S'approprier ou se réapproprier les techniques de base des 5 phases d'un entretien de vente :
 - Prise de contact
 - Découverte / Questionnement
 - Présentation des solutions / argumentation
 - Traitement des objections
 - Motivation et engagement
- ◆ Augmenter son capital confiance dans l'acte de vente
- ◆ Gagner en motivation dans son job de commercial.

Public :

La formation s'adresse à tous salariés étant amenés à réaliser des entretiens de vente auprès de prospects et/ ou clients, dans un contexte B to B.

Prérequis :

Les salariés pouvant prétendre à cette formation devront occuper une fonction de commercial en B to B, ou tout autre fonction les amenant à mener des entretiens de vente en B to B.

Cette version n'est accessible qu'en version intra entreprise.

Aucun autre pré requis n'est exigé.

Durée :

En moyenne 2 jours, soit 14 heures, à adapter aux besoins du client..

Profil Formateur(s)

Marie-Odile BLANC.

15 années salariée dans des grands groupes agroalimentaires (Häagen Dazs, Géant Vert) en tant que commerciale puis manager commerciale.

Formatrice indépendante depuis 2007.

Formée et certifiée DALE CARNEGIE.

Formée et certifiée en co développement, méthode Champagne et Payette.

Moyens pédagogiques et techniques

- ◆ Test de positionnement
- ◆ Supports de formation visuels
- ◆ Exposés théoriques, études de cas, mises en situation
- ◆ Co développement.
- ◆ Pédagogie active

Modalités d'évaluation

- ◆ Test d'entrée et test de sortie (évaluation des compétences acquises)
- ◆ Évaluations en cours de formation individualisées
- ◆ Feuilles de présence.
- ◆ Certificat de réalisation

EXEMPLE DE CONTENU DETAILLE DE LA FORMATION

JOURNEE 1

Accueil et introduction : 30mn

Module 1 – visualiser sa propre réussite. 1 heure 15

Objectif : prendre conscience de la nouvelle dimension de la fonction de commercial dans le contexte actuel

- ◆ Le cycle du changement
- ◆ La vente et la notion d'Intelligence Emotionnelle
- ◆ Auto diagnostic dans l'activité de vente
- ◆ Plan de progrès.

Module 2- la prise de contact. 1 Heure 30

Objectif : donner envie aux acheteurs de s'entretenir avec vous

- ◆ Les principes pour renforcer ses compétences relationnelles
- ◆ Le cycle de vente et ses 5 phases
- ◆ Les 5 postures relationnelles
- ◆ Les capteurs d'attention
- ◆ La déclaration de crédibilité.

Module 3 : la phase de questionnement. 1 heure 30

Objectif : comprendre le processus de questionnement pour susciter un réel intérêt chez son client

- ◆ Les objectifs à atteindre avec la phase de questionnement
- ◆ Les 4 zones d'intérêt
- ◆ Le processus de questionnement pour atteindre les objectifs énoncés- la méthode S.A.S.I.O.I.

Module 4 : mise en pratique 1 heure 30

Objectif : s'approprier les techniques des 2 premières phases de l'entretien de vente

- ◆ Jeux de rôles sur des cas concrets de vente élaborés par les clients, recueillis en amont de la formation.

Déclusion : 15mn

JOURNEE 2

Inclusion : 15 minutes

Module 5 : La présentation de solutions adaptées aux besoins du client. 1 heure 30

Objectif : présenter la solution adéquate sous l'angle du client au cours d'un entretien équilibré

- ◆ La mise en forme de solutions uniques pour chaque acheteur
- ◆ La place de la logique et de l'émotion dans l'argumentation
- ◆ Communication verbale et non verbale
- ◆ Mise en pratique

Module 6 : le traitement des objections 1 heure 30

Objectif : répondre aux objections avec efficacité, dans un esprit gagnant / gagnant

- ◆ La technique de questionnement pour retrouver des points d'accord
- ◆ La posture face aux résistances
- ◆ La réponse aux objections : quelques techniques de base.
- ◆ Mise en pratique

Module 7 : la motivation et l'engagement 1 heure

Objectif : savoir créer un sentiment d'urgence pour conclure avec confiance une vente.

- ◆ L'évaluation de la volonté de l'acheteur de poursuivre le processus de vente
- ◆ L'impact du registre émotionnel à ce stade de la vente
- ◆ L'engagement de fin d'entretien- techniques oratoires

Module 8 : mise en pratique 2 heures

Objectif : s'approprier les 3 dernières 5 phases de l'entretien de vente

- ◆ Jeux de rôles sur des cas concrets de vente élaborés par les clients, recueillis en amont de la formation.

Engagements et déclusion : 30 minutes

Être des vendeurs avant tout ! Les fondamentaux de la vente B to B.

Accessibilité

Cette formation est accessible dans un délai de 30 jours à compter de la signature du bon de commande. Elle est aménageable sur demande à un public en situation de handicap.

En cas de visioconférence, une aide à la connexion à notre logiciel Zoom vous sera transmise en même temps que votre convocation à la formation.

Pour toutes demandes, merci de nous adresser un mail à moblanc@blancvertconseil.fr ou de nous appeler au 06 70 52 26 79.

Prix :

2100 € en intra HT ou nets de taxes (« Exonérée de TVA en vertu de l'article 261-4-4°-a du Code Général des Impôts »)

Ce prix est communiqué à titre indicatif pour cet exemple de programme de 2 jours de formation. De plus, comme nous ne faisons que du sur-mesure, il est parfois possible qu'un temps de préparation / personnalisation du contenu soit nécessaire et puisse être facturable.