

INTÉGRER LA DÉMARCHE CONSEIL DANS LE PROCESSUS DE VENTE.

Intégrez cette approche conseil qui représente à l'heure actuelle une notion essentielle dont l'enjeu pour les commerciaux est non plus uniquement de vendre mais d'accompagner le client dans l'acte d'achat et de donner à la dimension conseil toute son ampleur.

Durée

21.00 heures (3.00 jours)

Formation 100% synchrone en présentiel ou en classe virtuelle selon la session sélectionnée sur Mon Compte Formation.

Profils des apprenants

- Commerciaux
- Personnes ayant des fonctions commerciales qui dans le cadre d'une évolution professionnelle ou de leurs missions, ont besoin d'acquérir des compétences intégrant l'approche conseil

Points forts

Cours individuels ou en mini groupes limités à 10 personnes pour plus d'interactivité
Préparation à une certification officielle

Prérequis

Occuper un poste de commercial ou avoir des fonctions commerciales.

En cas de séances en distanciel, il faut également savoir utiliser une plateforme collaborative en ligne (visio-conférence)

Accessibilité et délais d'accès

Pour les personnes en situation de handicap, nous étudions les actions que nous pouvons mettre en place pour favoriser leur apprentissage à travers un questionnaire avant formation. Nous nous appuyons également sur un réseau de partenaires locaux. Pour tout besoin lié à la pédagogie ou d'ordre administratif :

gestion@axio-academy.com

Référent handicap : Patrick Colin gestion@axio-academy.com

Pour toute inscription veuillez remplir le formulaire de contact sur notre site. Vous serez recontacté.e. par notre service commercial.

Délai d'accès : 3 semaines

Processus : recueil de besoin, validation prérequis (Entretien et diagnostic initiaux pour adapter le parcours et valider le projet), devis/convention, convocation.

Pour les inscriptions réalisées via Mon Compte Formation, les informations précontractuelles complètes relatives à la session, au prix, aux dates, aux horaires, aux modalités d'inscription, aux conditions de financement, aux modalités de certification et aux éventuels frais annexes sont accessibles sur la fiche EDOF correspondante avant validation de la commande.

L'inscription définitive intervient exclusivement après validation de la commande par le titulaire sur la plateforme Mon Compte Formation.

Qualité et indicateurs de résultats

Taux de présence VS taux d'abandon, taux de satisfaction à chaud et à froid, taux de réussite à l'évaluation finale /taux de certification

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES.

- Présenter une démarche de conseil structurée afin de valoriser son expertise et la valeur ajoutée de son accompagnement auprès du prospect ou du client.
- Analyser le contexte, les enjeux et les besoins explicites et implicites du client en mobilisant un questionnement personnalisé, l'écoute active et la reformulation.
- Coconstruire avec le client une solution personnalisée en faisant preuve de proactivité et en ajustant la proposition au regard de ses contraintes, réflexions et objections.
- Présenter une solution en reliant les caractéristiques de l'offre aux besoins identifiés, aux bénéfices attendus et aux retours sur investissement possibles.
- Conduire une négociation commerciale en défendant son positionnement et en recherchant un accord équilibré fondé sur les intérêts réciproques
- Accompagner le prospect dans son processus de décision en identifiant les décideurs et codécideurs et en construisant avec lui les leviers permettant de favoriser l'adhésion au projet.
- Mettre en œuvre un suivi après-vente personnalisé permettant de mesurer la satisfaction, contrôler l'atteinte des résultats attendus, détecter de nouveaux besoins et favoriser la recommandation.



CONTENU DE LA FORMATION.

1 : Installer une posture de conseil dès le début de la relation commerciale - temps estimé 3H

- Différencier vente transactionnelle, vente de solutions et démarche conseil.
- Identifier les attentes actuelles des clients vis-à-vis d'un commercial.
- Comprendre la création de valeur apportée par une démarche de conseil.
- Positionner son expertise comme un élément de différenciation commerciale.
- Présenter son entreprise, son expertise et sa valeur ajoutée.
- Expliquer clairement les différentes étapes de l'accompagnement proposé.
- Mettre en avant la personnalisation du conseil et du suivi.
- Obtenir l'adhésion du prospect à la démarche d'accompagnement proposée.
- Mise en pratique : construire et présenter son introduction d'entretien conseil et obtenir l'accord du prospect pour engager une démarche personnalisée.

2 : Réaliser un diagnostic approfondi du contexte et des enjeux du client - temps estimé 3H30

- Identifier les informations nécessaires avant l'entretien.
- Analyser le contexte du prospect ou client.
- Identifier les différentes dimensions à explorer : environnement, organisation, enjeux, contraintes, concurrence, circuit de décision.
- Utiliser les différents types de questions.
- Mobiliser la méthode SPIN Selling dans une logique de diagnostic.
- Faire émerger les problématiques métier et difficultés rencontrées.
- Identifier les besoins exprimés et les besoins implicites.
- Explorer les contraintes techniques, organisationnelles, économiques ou liées à une situation de handicap.
- Développer une posture favorisant l'expression du client.
- Utiliser silence, prise de notes et relances.
- Repérer les informations importantes et les signaux faibles.
- Adapter son questionnement en fonction des réponses obtenues.
- Synthétiser les informations recueillies.
- Reformuler besoins, enjeux et priorités.
- Faire valider la compréhension du contexte par le prospect avant de proposer une solution.
- Atelier intensif : conduite d'un entretien de découverte conseil sur une situation professionnelle contextualisée avec débrief selon les critères du RS7149.



3 : Coconstruire une solution sur mesure avec le prospect ou le client - temps estimé 3H30

- Transformer les informations recueillies en pistes de solutions.
- Hiérarchiser les besoins et contraintes identifiés.
- Déterminer les composantes de l'offre pouvant être adaptées
- Proposer spontanément des solutions et pistes d'amélioration.
- Anticiper les besoins futurs.
- Questionner les premières solutions envisagées avec le client.
- Apporter son expertise sans imposer sa réponse.
- Faire participer le prospect à la construction de la proposition.
- Comparer plusieurs scénarios.
- Identifier avantages et limites de chaque option.
- Construire progressivement une solution répondant au besoin réel.
- Accueillir et analyser l'objection.
- Identifier ce qu'elle révèle du besoin ou des contraintes du prospect.
- Ajuster la proposition en temps réel.
- Valider avec le client la pertinence des ajustements réalisés.
- Cas pratique fil rouge : à partir d'un diagnostic réalisé précédemment, coconstruire une proposition personnalisée et la faire évoluer au cours des objections formulées par le client.

4. Valoriser la solution et démontrer sa valeur pour le client - temps estimé 3H

- Identifier les gains attendus : temps, coûts, performance, sécurité, qualité, image, organisation.
- Sélectionner les bénéfices réellement pertinents pour le client.
- Présenter les retours sur investissement possibles.
- Adapter la démonstration de valeur au contexte du prospect.
- Structurer un discours clair et synthétique.
- Utiliser des exemples et éléments de preuve.
- Adapter sa communication au profil et aux attentes de l'interlocuteur.
- Mise en situation : présentation d'une solution personnalisée issue du cas fil rouge.

5 : Négocier en préservant la valeur de la démarche conseil - temps estimé 3H

- Identifier ses objectifs et ses limites.
- Déterminer les intérêts respectifs.
- Identifier les marges de manœuvre disponibles.
- Anticiper les objections et points de tension.
- Revenir sur la valeur et les bénéfices de la solution.
- Identifier différents leviers : délais, services, accompagnement, ressources, paiement, offre complémentaire.
- Construire des concessions assorties de contreparties.
- Défendre son positionnement et sa rentabilité.
- Maintenir une relation constructive.
- Formaliser les engagements réciproques.
- Valider explicitement l'accord obtenu.
- Simulation : négociation d'une proposition personnalisée avec contrainte prix et recherche d'un accord gagnant-gagnant.



6 : Accompagner le client dans un processus de décision complexe - temps estimé 2H30

- Identifier le décideur final et les codécideurs.
- Repérer les rôles, attentes et influences des différentes parties prenantes
- Identifier les critères et le calendrier de décision.
- Comprendre les éventuels freins internes à la contractualisation.
- Distinguer l'avis personnel du prospect de celui des autres décideurs.
- Mesurer son degré d'adhésion au projet.
- Identifier son rôle dans la décision finale.
- Évaluer avec lui les chances de validation du projet.
- Identifier les arguments utiles aux différentes parties prenantes.
- Aider le client à présenter et défendre la proposition en interne.
- Construire avec lui un argumentaire adapté aux décideurs.
- Identifier les actions nécessaires à la poursuite du projet.
- Déterminer responsabilités et échéances.
- Sécuriser les étapes du processus de décision
- Formaliser un plan d'action partagé.
- Atelier : réalisation de la cartographie d'un circuit de décision et construction avec le prospect d'une stratégie permettant de convaincre les décideurs finaux.

7: Prolonger la démarche conseil après la vente - temps estimé 2H30

- Retracer l'historique de la relation commerciale.
- Rappeler le besoin initial et la solution mise en œuvre
- Vérifier le respect des engagements pris.
- Mesurer l'atteinte des résultats attendus.
- Questionner la satisfaction relative à la solution achetée.
- Mesurer la satisfaction concernant l'accompagnement apporté.
- Identifier les éventuelles difficultés rencontrées.
- Définir, si nécessaire, des actions correctives.
- Faire émerger les évolutions du contexte du client.
- Identifier de nouveaux usages, projets ou besoins.
- Proposer une poursuite de l'accompagnement lorsque cela est pertinent.
- Choisir le moment adapté pour solliciter une recommandation.
- Formuler une demande de recommandation professionnelle.
- Obtenir les informations permettant une prise de contact efficace.
- S'engager à tenir le client informé des suites données.
- Simulation certificative : conduite d'un entretien de suivi après-vente incluant mesure de la satisfaction, identification de nouveaux besoins et demande de recommandation.



ORGANISATION DE LA FORMATION.

Équipe pédagogique

Notre équipe pédagogique maîtrise l'ensemble des sujets proposés à la formation. Nous construisons nos programmes en identifiant les besoins en compétences des futurs apprenants et en collaboration avec nos experts métiers.

Axio Academy repose sur une approche personnalisée pour chaque parcours professionnel. Axio Academy accompagne le candidat dans la compréhension des attendus de certification et dans l'organisation du passage de l'évaluation, selon les modalités prévues par le certificateur et précisées sur la fiche EDOF.

La formation est animée par un formateur expert en techniques de vente conseil, analyse des besoins, posture commerciale et accompagnement du client dans sa décision d'achat. Nous concevons des formations certifiantes qui non seulement répondent à vos besoins spécifiques, mais vous préparent aussi à exceller dans votre domaine.

Moyens pédagogiques et techniques

- En présentiel : Accueil des participants dans une salle dédiée à la formation; Documents supports de formation projetés; Etudes de cas concrets; Quizz et activités collectives en salle; Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation
- En distanciel : Classes virtuelles via l'interface Digiforma ou Livestorm; Support de formation partagé; Activités d'entraînement en synchrone
- Un support technique téléphonique sera mis en place pour les séances en distanciel

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles d'émargement
- Autoévaluation de niveau en début de formation et fin de formation
- Exercices d'entraînement tout au long de la formation
- Contrôle permanent des acquis par le/la formateur/trice.
- Questionnaire de satisfaction à chaud et à froid.
- Certificat de réalisation

POUR LES FORMATIONS ÉLIGIBLES AU CPF.

Détails sur la certification :

Titre de la certification : Intégrer la démarche conseil dans le processus de vente

Nom certificateur : MANITUDE

Code : RS 7149.

Date d'enregistrement : 30-04-2025

Financements possibles : CPF, OPCO, Fonds propres, France Travail et Autres financements possibles (nous contacter).

Accompagnement Axio : information, préparation, inscription, convocation, calendrier, relance, suivi du passage.

Le passage de l'évaluation certificative est obligatoire pour tout candidat mobilisant ses droits CPF. En cas d'absence ou de refus de présentation à l'évaluation, cette situation est tracée dans le dossier du bénéficiaire et peut avoir une incidence sur la validation de la certification, selon les règles applicables de Mon Compte Formation et du certificateur.

Les modalités complètes de certification, les conditions de passage, les éventuelles dates prévisionnelles, le coût de certification et les informations de session sont précisés sur la fiche EDOF accessible avant validation de la commande.

Évaluation certificative sous forme de mises en situation sur la réalisation d'un entretien de vente et sur la mise en oeuvre d'un dispositif après-vente de suivi. Le candidat sera évalué par un jury professionnel composé de 2 membres :

- 1 membre salarié de l'organisme de formation
- 1 membre externe à l'organisme de formation

Modalités d'évaluation :

E1 - Type d'évaluation : 30min Mise en situation professionnelle au travers d'une simulation portant sur l'intégration d'une démarche de conseil dans un entretien de vente complet allant du 1er contact jusqu'à la conclusion. Il est demandé au candidat, dans le cadre d'une simulation, de mener un processus de vente, à travers un entretien de vente, face à un prospect/client en y intégrant une démarche de conseil. Pour être au plus près de la situation professionnelle du candidat, il lui est demandé de choisir et définir le contexte de la vente (type d'entreprise, nature des produits/services/prestations intellectuelles, type de concurrents, poste occupé, type de prospect/client (particulier, entreprise...), identité du prospect/client, en s'appuyant sur son cas réel (ou à défaut sur un cas fictif), en suivant une trame fournie par le centre d'évaluation. La trame complétée en amont par le candidat sera remise au jury avant le début de la simulation.

E2 - Type d'évaluation : 10min Mise en situation professionnelle au travers d'une simulation portant sur la mise en oeuvre d'un dispositif après-vente de suivi régulier et personnalisé auprès d'un client. Il est demandé au candidat, dans le cadre d'une simulation, de réaliser un entretien de suivi après-vente personnalisé auprès du client visé en E1. Frais de passage de la certification inclus dans le tarif. Détails sur la certification: Voir fiche EDOF Mon Compte Formation

Évaluation certificative sous forme de mises en situation sur la réalisation d'un entretien de vente et sur la mise en oeuvre d'un dispositif après-vente de suivi. Le candidat sera évalué par un jury professionnel composé de 2 membres : - 1 membre salarié de l'organisme de formation - 1 membre externe à l'organisme de formation Les évaluateurs sont des professionnels disposant de 3 ans d'expérience dans le domaine commercial et devront respecter les exigences d'impartialité, d'indépendance et de dissociation du parcours de formation définies par le certificateur Manitude et France Compétences. La décision finale sera donnée par le certificateur Manitude au cours d'un jury de délivrance de certification. En cas de réussite, un certificat de compétences sera édité par Manitude et sera remis à l'apprenant par le centre de formation. Frais de passage de la certification inclus dans le tarif. Détails sur la certification: Voir fiche EDOF Mon Compte Formation

