

# Prospecter efficacement de nouveaux partenaires



## OBJECTIFS

- Discerner les besoins et les motivations des différents types d'interlocuteur par la technique approfondie du questionnement
- Identifier les arguments à développer / à ces motivations décelées
- Maîtriser la technique de traitement des objections
- Prendre conscience de la valeur ajoutée apportée de cette contribution à un autofinancement

## CONTENU

### 1. Rappel des outils de communication

- Ecouter activement son interlocuteur et sans interpréter et se comporter avec empathie
- Parler avec des mots persuasifs, adapter son langage, éliminer certaines expressions courantes de son langage.

### 2. Identifier les besoins du client

- Découvrir les motivations d'un client en le questionnant, pour trouver les arguments percutants pour lui apporter le meilleur service  
? S'entraîner aux questions adéquates selon les situations rencontrées : ouvertes de fait, d'opinion, d'évolution, ricochet, « Columbo » ...  
? Maîtriser la méthode (CANEVAS) pour déceler rapidement les motivations d'achat du prestataire, sur lesquelles s'appuyer pour argumenter
- Atelier de travail : Créer ensemble un questionnaire avec les questions incontournables destinées à cerner les besoins et les envies du client.

### 3. Créer de la valeur pour le client en construisant des argumentaires

- Découvrir la technique de construction d'un argumentaire, basé sur les avantages que vont en retirer les clients (technique CAP)
- Atelier de travail : Construire les argumentaires selon les services de l'OT choisis par les stagiaires et le responsable, sur les 3 volets suivants :  
? Digital (référencement naturel, site internet...)  
? Visibilité (encarts, bandeaux...)  
? Et qualification de l'offre

### 4. Traiter les objections éventuelles

- ? Découvrir la technique de traitement des objections (TOQO)
- ? Atelier de travail : Construire un référentiel de traitement des objections qu'ils rencontrent sur le terrain

### 5. Conclure

- ? Repérer les signaux de la conclusion
- ? Techniques de conclusion et signature de contrats

### 6. Se donner des axes de progrès

- ? Identifier ses points d'appuis
- ? Remplir son plan d'actions de progrès individuel



## POURQUOI CETTE FORMATION ?

Cette formation vous permettra de maîtriser votre argumentaire de ventes et d'adapter votre discours par rapport à votre interlocuteur en vue d'augmenter le Chiffre d'Affaire de l'Office de Tourisme par la conclusion de nouveaux contrats.

## DATES

Les 1er et 2 octobre 2018

## LIEU

Pontivy

## INTERVENANT

M. BEZE

## PUBLIC

Chargé de commercialisation amené à démarcher les socio-professionnels

## PRÉ-REQUIS

Aucun prérequis technique nécessaire

## MÉTHODOLOGIE

Tout au long du processus de la formation, nous privilégions un ensemble d'exercices, d'ateliers et de méthodes pour rendre les stagiaires acteurs de leur formation, avec en alternance lors de la formation (Moments d'écoute, d'échanges avec les participants et de mise en commun des expériences), Démarche déductive (Les apports théoriques nécessaires (maxi 30') seront suivis de groupes de travail pour mise en application), Démarche inductive (des ateliers de découverte et de travail sur les items de la formation, Mises en situation)

## NOMBRE DE PARTICIPANTS

12

## A SAVOIR

Chaque participant repartira avec sa grille de questionnement et son argumentaire et le tableau de traitement des objections, que nous aurons créés ensemble.

Suivi pédagogique post formation pendant 4 mois, assuré à distance par la formatrice, pour optimiser le processus d'acquisition.