



PROGRAMME DE FORMATION

Techniques de vente en salle d'exposition

Dates des sessions

Session 1 > LYON : 20 et 22 avril 2022

Session 2 > PARIS : 9 et 10 mai 2022

Session 3 > AIX- EN- PROVENCE : 22 et 23 juin 2022

Objectifs de la formation

Objectif opérationnel

Créer de la valeur, transformer ses devis en commande et optimiser son organisation commerciale en salle d'exposition.

Objectifs pédagogiques

- Utiliser les outils et supports de différenciation concurrentielle et d'efficacité commerciale
- Employer les attitudes et comportements porteurs de résultats en fonction des phases d'entretien
- Identifier et définir les différentes étapes d'un entretien de vente
- Maîtriser les techniques d'accueil, d'accroche
- Questionner et pratiquer une écoute active pour découvrir les attentes et les motivations des clients
- Maîtriser les techniques d'argumentation, présenter son produit ou service et traiter les objections
- Faire face aux terribles pressions tarifaires d'Internet
- Négocier et engager le client dans la prise de décision
 - Relancer les devis au téléphone

Le programme de formation

► L'évolution de la salle d'exposition dans un monde de plus en plus digital

- Les responsabilités que n'assument plus l'installateur aujourd'hui et les risques
- L'obsolescence de la démarche : sourire – accueil – renseignement
- La rupture de l'obligation de remettre un devis en fin d'entretien
- La différenciation des acteurs du marché : GSB, distribution pro et internet
- Rôle du distributeur : dépanneur de la GSB ou créateur de valeur ?

Durée :

- 14H en deux modules de 7H

Public visé :

- Vendeurs en salle d'exposition

Prérequis nécessaires :

- Aucun prérequis n'est nécessaire

Tarif :

- 600 € HT par journée et par personnes
- 1 200 € pour l'ensemble du stage
- Repas de midi offert

2nd
ACADEMY

2nd Academy est le centre de formation
des Groupements EQIP & ALGOREL.

Qualiopi 
processus certifié

 RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Le centre de formation est certifié Qualiopi. Cette certification a été délivrée au titre des actions suivantes :

- L6313-1 : 1^{er} Actions de formation
- L6213-1 : 4^{ème} Actions de formation par apprentissage

- ▶ **Les nouveaux outils pour gagner du temps, de la crédibilité et des commandes**
 - Influencer le client sur son pouvoir à choisir son fournisseur dès le 1er contact
 - L'outil de différenciation concurrentielle et ses 10 points clés
 - La mesure objective de la réalité du projet du client et sa volonté à le réaliser
 - La gestion de son temps par l'analyse de la qualité de la relation commerciale
 - La technique pour obtenir un second rendez-vous pour signer plutôt que relancer

- ▶ **Au-delà de la technique, les comportements qui conditionnent l'acte de vente**
 - Redéfinir les comportements en salle d'exposition qui font désormais réussir
 - Les deux dimensions de la relation commerciale en salle d'exposition
 - L'évaluation de son profil commercial SE : les forces et points d'efforts
 - La traduction dans les mots, les actes et la démarche de ces comportements

- ▶ **Mettre en confiance le client, savoir se différencier et prendre habilement le leadership en phase d'accueil client**
 - Les croyances et les attentes particulières d'un client en Salle d'exposition
 - Les comportements clés à adopter pour le mettre en situation de confiance
 - Obtenir une crédibilité personnelle et commerciale, gages de confiance
 - L'analyse du parcours client pour valoriser la faisabilité du projet

- ▶ **Identifier les critères de choix, décision, montée en gamme et vente additionnelle**
 - La différenciation des attentes et exigences du client quant à son projet
 - Sortir absolument de la demande de son budget afin d'éviter l'enfermement
 - La technique des questions pour comprendre les critères de choix et décision
 - La vente de produits complémentaires et la démarche de montée en gamme
 - La place des reformulations pour valider ses engagements et l'accompagner



- ▶ **Créer une forte valeur ajoutée pour être incontournable et verrouiller son client**
 - Les deux dimensions de l'argumentation : technique et commerciale
 - Savoir structurer son discours et donner du volume à son argumentation
 - Bannir les barbelés de l'argumentaire et les expressions réductrices d'influence
 - Les techniques pour convaincre et créer une valeur ajoutée différenciante

- ▶ **Vaincre et tuer « Internet » et ses conditions commerciales ensorcelantes**
 - Ne jamais dire du mal de la concurrence quand vous pouvez la tuer
 - Les sites internet et leurs promesses qui n'engagent que ceux qui les croient
 - Les 27 facteurs de différenciation entre la distribution et les offres internet
 - Quel discours tenir face aux pressions d'un client séduit par le prix présenté pour un produit identique en tout point ?
 - Quels comportements adoptés pour déstabiliser le client et le raisonner

- ▶ **S'affirmer, négocier, défendre ses marges et conclure par la prise de commande**
 - Savoir traiter facilement le « quelle remise faites-vous ? » et le « si j'achète directement combien m'accordez-vous ? »
 - Maîtriser les 7 étapes incontournables d'une négociation toujours réussie et permettant d'identifier la réalité des propos du client
 - Identifier le moment opportun pour conclure, sortir rapidement du silence été engager le client sur des points de détails

- ▶ **La relance du devis, preuve d'intérêt aux yeux du client et récompense personnelle**
 - Traquer les fausses croyances, les peurs cachées et le manque d'assurance
 - Quelles relances et quel message : mail, messagerie téléphonique et sms ?
 - Ne pas se tromper d'objectif afin d'éviter de parler du devis au téléphone
 - Traiter toutes les objections exprimées par le client pour pouvoir fuir
 - Les techniques pour conclure sur un prochain rendez-vous

Méthodes et supports

La formation regroupe un ensemble de méthodes affirmatives et actives pour permettre aux stagiaires d'ancrer la théorie par la mise en pratique, de partager leurs expériences et progresser ensemble :

- Apports théoriques
- Questionnaires
- Mises en situation filmées et débriefing collectif
- Partage d'expérience
- Travail en groupe

Un support papier ou numérique est remis à chaque fin de formation.

Une attestation de fin de formation avec atteinte des objectifs est remise à chaque stagiaire. Un certificat de réalisation et/ou de présence est fourni et adressé au commanditaire employeur.



Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Si l'un des stagiaires inscrit par le bénéficiaire est en situation de handicap, le bénéficiaire s'engage à avertir en amont l'organisme de formation afin d'étudier la faisabilité de l'inscription et le cas échéant les aménagements spécifiques nécessaires à la préparation et au suivi de sa formation. Référent Handicap : Nouriya MAURICE - n.maurice@2nd-academy.fr

Modalités d'évaluation (pré-formation)

Positionnement et/ou recueil des attentes :

- Un lien par mail, en amont de la formation, est transmis aux participants pour qu'ils puissent accéder de manière digitale à un questionnaire de connaissances et d'attentes sur les thématiques abordées ou sous forme Word selon les contraintes.
- Un questionnaire est adressé au N+1 pour qu'il motive les raisons de l'inscription de son collaborateur au stage, action qui peut être aussi conduite par téléphone.

Modalités d'évaluation (post-formation)

Évaluation à chaud :

- Un plan d'action personnel reprenant les actions prioritaires que le participant souhaite mettre en œuvre, les difficultés qu'ils pensent rencontrer, les critères de mesure de réussite et les attentes de son N+1 pour l'accompagner. Ce document est transmis en copie à son N+1 après validation avec le participant ou remis par lui-même.
- Un test d'évaluation des connaissances acquises accessible sur une plateforme digitale ou en version papier selon les contraintes du lieu.

Le formateur



Christophe CAIMANT, est titulaire d'un 3ème cycle « Marketing – Achats » du groupe IFG – IFAG Spécialisation dans les domaines du management commercial, de la vente et de la relation client.

Il a obtenu la certification et l'habilitation MBTI auprès de « The Myers-Briggs Company / France ».

Il possède une expérience de 30 ans dans le domaine du conseil et de la formation en B to B et B to C.

Depuis 1998, il est le dirigeant-fondateur des cabinets Time Adn « Conseil en stratégie – formations managériales et commerciales » et Wide Adn « Formations et recrutement des fonctions commerciales Christophe intervient personnellement depuis 1991 en tant que Conseil et formateur auprès des dirigeants, Managers et commerciaux de la Distribution professionnelle principalement afin de les accompagner dans le développement de leur performance commerciale.

Évaluation à froid :

- Un temps téléphonique dédié à chaque participant demandeur de coaching ou suivi post formation. Un test d'évaluation des connaissances acquises accessible sur une plateforme digitale ou en version Word selon les contraintes.
- Un document destiné au N+1 d'évaluation situationnelle des progrès techniques et comportementaux.

