



MODÈLE ÉCONOMIQUE

Optimiser le processus de vente de son offre de services



Durée : 2,5 jours, soit 17,5 heures

Dates : [info à jour sur la page web](#)

Lieu : [info à jour sur la page web](#)

Frais pédagogiques : [info à jour sur la page web](#)



Corinne PICHOUUD

Forme les non-commerciaux à vendre leurs prestations de service en restant eux-mêmes.

Membre de plusieurs clusters et associations professionnelles
(CV disponible sur demande)



Pourquoi cette formation ?

Les subventions publiques diminuent. Recruter et fidéliser les adhérents est plus difficile. Pour continuer vos missions et sécuriser vos projets, vous êtes amenés à renforcer vos compétences commerciales et proposer avec plus d'impact votre offre de services



Objectifs généraux

- Décoder les besoins implicites et explicites des dirigeants à partir de leur rôle et attitudes
- Démarrer un entretien et mener un dialogue constructif
- Conduire chaque étape de l'entretien avec les techniques et comportements adaptés
- Renforcer la valeur perçue de son offre de services
- Gagner en aisance pour réussir la dimension commerciale de sa mission



9h00 Café d'accueil

9h30-12h30

LES COMPÉTENCES COMPORTEMENTALES POUR UN DIALOGUE CONSTRUCTIF

La découverte de son comportement dominant et l'adaptation à celui de l'autre
Autodiagnostic de son comportement et debriefing en groupe

Les bonnes pratiques de la communication verbale, para-verbale et non verbale
Exercice en sous-groupe pour une prise de parole impactante fond et forme

La matrice Existence-Écoute pour mener l'entretien

La préparation du qui-quoi-comment avant le RDV

La posture et l'intention à chaque étape

12h30- 14h00

Déjeuner (repas non compris dans le prix de la formation)

14h00 – 18h00

LE PREMIER RDV AVEC UN PROSPECT OU UN ADHÉRENT

La présentation de son organisation et de son rôle

Mise en situation pour se présenter en une minute devant un dirigeant

La découverte avec des questions à forte valeur ajoutée

Exercice pratique sur un cas fictif et debriefing avec projection des questions à poser en fonction du contexte et des enjeux de l'entretien

La différence entre maux de tête et besoins

La plus-value immédiate d'un entretien de découverte

LES TECHNIQUES EN ENTRETIEN DE VENTE DE SERVICE

L'orientation client avec QIPM

Le démarrage de l'entretien avec le TOP



9h00-12h30

Partage au groupe de ce que chacun a retenu de la veille et de ses attentes pour la journée

Les recherche des motivations avec SONCASE

L'argumentation avec la méthode BAC

Exercice de préparation d'argumentation en fonction des besoins et des motivations sur son offres de service

12h30- 14h00 Déjeuner (repas non compris dans le prix de la formation)

14h00 - 17h30

L'accueil et le traitement des objections avec la méthode CRAC

Jeu de rôle sur les objections fréquemment rencontrées par les participants

La conclusion de l'échange et la validation des prochaines étapes

CONSTRUCTION DE SON PLAN DE PROGRESSION PERSONNALISÉ

Identification de ses points forts et de ses points de vigilance

Définition de 3 objectifs de progrès

Invitation à formaliser dans les 8 jours les plans d'actions pour atteindre les progressions ciblées

Présentation de ses objectifs au groupe

Retour d'expérience 4 à 6 semaines en visio après la formation en présentiel

EXPÉRIMENTATION DU PROCESSUS DE VENTE DE SERVICES COTÉ DIRIGEANT D'ENTREPRISE

Mise en situation avec inversion des rôles d'un premier RDV préparé auparavant en sous-groupe



Retour d'expérience, Une matinée en visio 4 à 6 semaines après la formation en présentiel

9h-9h45

Les faits marquants de la période écoulée et les attentes spécifiques pour la matinée

9h45-12h30

Approfondissement en fonction des besoins exprimés pour enrichir la boîte à outils

Débriefing de la mise en œuvre des plans de progression

Selection des difficultés rencontrées pour les partager en intelligence collective avec un « flash codev » d'une heure



INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES



Prérequis éventuels : Connaitre son offre de services



Public visé :

Les équipes d'animation des pôles, clusters et associations professionnelles avec une mission commerciale (recrutement et fidélisation des adhérents, ventes de l'offre de services)



Méthode pédagogique

Pendant la formation

- Alternance d'apports théoriques et d'échanges de pratique
- Etudes de cas en sous-groupe adaptés au besoin et au contexte
- Mises en situation sur cas apportés par les participants, suivi d'un debriefing et de feedbacks
- Construction de son plan de progression personnalisé

Après la formation

- Mise à disposition des supports de présentation, de fiches techniques et d'éléments bibliographiques sur l'espace extranet

4 à 6 semaines après la formation

- Retour d'expérience pour valoriser les réussites, partager les difficultés et ensemble trouver des solutions (3h30 en visio)



Moyen d'évaluation

Avant la formation

Auto-positionnement préformation de ses compétences et questionnaire sur le contexte de sa mission commerciale et expression de ses attentes

Pendant la formation

- Tour de table d'évaluation des acquis
- Mises en situation avec feedback immédiat
- Auto-positionnement post formation de ses compétences

Après la formation

- Questionnaire à chaud
- Questionnaire à froid au bout de 3 mois
- Retour d'expérience



Validation / Sanction de la formation

La validation est attestée par les fiches de présences de la formation et délivrance d'une attestation de participation par France Clusters sur demande uniquement.



Accès aux personnes en situation de handicap

Les formations France Clusters sont ouvertes et accessibles aux personnes en situation de handicap. Nous contacter si besoin : formation@franceclusters.fr / 04 78 54 67 09



Mise à disposition des ressources pédagogiques

Les ressources pédagogiques sont transmises aux participants sur demande et peuvent revêtir différentes formes selon les formations : transmissions des supports pédagogiques par mail, impression des supports pédagogique le jour J, ou mise à disposition des supports pédagogiques dans des espaces en ligne. Cela sera précisé aux participants pendant la formation.

Information aux publics bénéficiaires

Nos [conditions générales de ventes](#) ainsi que notre [règlement intérieur](#) sont disponibles.