

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Faire découvrir les grands principes d'argumentation susceptible de donner à chaque Technico-commercial, les démarches et arguments pratiques qui sont générateurs de succès dans chaque face à face

## PROGRAMME

### La force de conviction

- Les mots qui séduisent
- L'élocution et la voix
- Améliorer sa force de conviction

### Les arguments

- Caractéristiques ou avantages
- Affirmer et prouver
- La preuve des faits
- Savoir argumenter juste
- La réponse au cahier des charges

### Besoins et motivations

- Etablir le cahier des charges du client
- En réponse aux objections
- Pourquoi des objections
- Les principales objections
- L'attitude face aux objections

### L'objection : moyen de vente

- Argumenter et défendre son prix
- Les composantes du prix
- Le ton, le débit, la voix
- La balance de la décision
- Technique pour répondre
- Les argumentaires
- Les arguments génériques ou spécifiques
- Création d'argumentaires
- Société, produit, services offerts
- Vérifier l'impact

### DURÉE

3 jours soit 21 heures

### PUBLIC CONCERNÉ

Tout public confronté à une clientèle aux attitudes négatives fréquentes, nécess

### PRÉ-REQUIS

Etre disponible

### MOYENS D'ORGANISATION ET

#### DELAIS D'ACCES

Mise en pratique  
Jeu de Rôle  
Participation active de  
Stagiaires

### METHODES MOBILISEES

Ordinateur - PC- Tablette  
Vidéoprojecteur  
Paperboard  
Supports pédagogiques  
imprimés et/ou  
numérisés  
Vidéoprojecteur  
Jeu

### EVALUATION, SUIVI ET

#### ACCOMPAGNEMENT

Quizz  
Bati-Eval / Bati-suivi

### INTERVENANT EXPERT

Claude Pras expert CNEFOP