

Le closing

Faire signer ses clients



l'Académie des auteurs

Des workshops uniques & inspirants basés
sur les livres de management
les plus populaires du moment !

**INCLUS POUR
CHAQUE PARTICIPANT**

Sous la direction experte de :

Catherine Ratajezak

Formatrice
Associée ForVentOr

Pascal Py

Formateur
Dirigeant ForVentOr



Pourquoi ce programme ?

Conclure et faire signer son client, c'est là l'objectif de tout entretien de vente. À ce moment crucial, désir de gagner et peur de perdre s'opposent en nous. Face à un client qui se dérobe, qui prétend vouloir réfléchir ou devoir en parler à un tiers ... nous sommes perplexes au point quelquefois d'abandonner la partie et de rentrer bredouille ! La conclusion de vente est un moment délicat au cours duquel la peur du NON le dispute à l'espoir d'obtenir la faveur du client. Au regard de cette ambivalence - j'ai envie que ce soit « oui », mais je crains que ce soit « non » - et au risque d'être quelque peu réducteur, il est possible de classer les commerciaux en deux grands types : les Killers et les Affectifs.

Pour les Killers, le Closing est à la vente ce que l'estocade est à la corrida : une remise à mort de la bête. Cette vision de la conclusion ne trouvera pas d'écho dans cette formation. Les Affectifs en revanche aiment leurs clients. Ils prennent plaisir à les rencontrer, les aider, les conseiller. Une infidélité de leur part les afflige. Pour eux le Closing n'est pas sans analogie avec la conquête amoureuse. Un refus opposé par un client les affecte, un peu comme s'ils étaient éconduits. À ceux-là qui partagent cette affection pour leurs clients, cette formation leur promet de trouver ici la matière à un réel progrès

dans leur capacité à aider leurs interlocuteurs à passer plus aisément et sans inquiétude à l'acte d'achat.

Cette formation ultra pratique, conforme au référentiel de la certification AFNOR de l'Excellence Commerciale, développe l'art du Closing qui opère à tout moment de l'entretien pour engager votre client. Au début, pour l'aider à identifier son besoin et à admettre l'idée de le satisfaire. Ensuite, pour lui proposer les bénéfices de la solution proposée. À la fin, pour obtenir aisément la commande. Entre le vendeur timoré et le killer méprisant, vos formateurs Catherine Ratajezak et Pascal Py vous apprennent comment un bon pro, sans désarroi ni condescendance, « prend » à coup sûr les clients « prenables », avec élégance et honnêteté.

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

Cette formation a spécialement été conçue pour les commerciaux. Vous trouverez ici matière à un réel progrès dans votre capacité à aider vos interlocuteurs à passer plus aisément du NON redouté au OUI espéré, et ceci comme le résultat d'une suite logique et implacable. Cette formation vous remettra les clés techniques, méthodologiques et psychologiques des grands vendeurs.

La formatrice



Catherine Ratajezak, après des études scientifiques et une expérience très réussie de vente-terrain pour le compte du leader mondial de la bureautique, elle a occupé des postes de responsabilité d'encadrement commercial de grands comptes. Devenue consultante, elle est spécialisée dans la stimulation des commerciaux et tout particulièrement dans leur perfectionnement aux techniques de conduite d'entretien, de communication par téléphone de fidélisation et de win-back des clients.

Elle est certifiée ISO17024 par l'Afnor « Interlocuteur commercial de confiance, excellent professionnel » et intervient en qualité de consultante salariée, directeur associé de FORVENTOR.

l'Académie des auteurs

Des workshops uniques et inspirants sur le leadership, le management, la communication et le développement personnel.

« **Faire signer ses clients** » fait partie de l'Académie des Auteurs.

L'IFBD sélectionne pour vous les meilleurs livres de management mais aussi les meilleurs auteurs-formateurs. Après avoir suivi une de ces formations vous ressortirez motivé(e) et inspiré(e), et vous reprendrez votre travail avec une perspective et énergie nouvelle et de nouveaux objectifs faisables.



L'auteur :

Pascal Py, Docteur ès sciences économiques, auteur de nombreux ouvrages à succès, dirigeant de Forventor, Cabinet spécialisé en efficacité commerciale. Manager d'importantes équipes de vente, il conseille, perfectionne, recrute, les forces de vente et leurs dirigeants.



Programme du cours

INTRODUCTION

- ◆ Rappel sur le protocole traditionnel de l'entretien de vente.
- ◆ Le processus de vente enrichi pour un entretien de vente gagnant.
- ◆ Réflexion sur les pouvoirs respectifs client/vendeur au cours de l'entretien.

PERFECTIONNER SA PRISE DE CONTACT POUR OBTENIR LA CONFIANCE ET ASSEOIR LA CRÉDIBILITÉ

- ◆ Comment créer un climat sympathique et chaleureux avec votre client ?
- ◆ 7 clés pour asseoir la crédibilité de votre entreprise et valoriser son image.
- ◆ 7 clés pour obtenir la confiance d'un client.
- ◆ Comment renforcer votre image personnelle aux yeux d'autrui ?
- ◆ Savoir prendre le pouvoir en début d'entretien afin de maîtriser l'entretien.

Applicatif : Les présentations idéales du commercial de sa fonction et de son entreprise sont mises au point avec les participants.

FAIRE ADMETTRE UN BESOIN AU CLIENT ET L'INTÉRÊT À LE SATISFAIRE

- ◆ Les trois composantes du besoin chez un client.
- ◆ Comment mener à bien un diagnostic du besoin d'un client ?
- ◆ Les concepts « de verticalisation » et « d'horizontalisation » des échanges avec le client.
- ◆ Savoir verticaliser par le bas et refuser les invitations à verticaliser par le haut.
- ◆ Découvrir les attentes profondes et préoccupations cachées.
- ◆ Les questions qui font vendre et la stratégie de leur mise en œuvre.
- ◆ Comment repérer l'épicentre du système décisionnel d'un individu ?
- ◆ Le syndrome de « la petite bête » pour faire comprendre et admettre un besoin : la technique des 3P.

Applicatif : Le plan de questionnement pour mettre au jour les différents besoins et motivations rencontrés chez vos clients est rédigé collectivement durant la formation.

LE CLOSING BESOIN OU COMMENT VENDRE UN BESOIN À LA PLACE D'UN PRODUIT

- ◆ Les trois engagements à obtenir du client pour lui vendre un besoin plutôt qu'un produit :
 - ❖ l'engagement sur les critères de décision
 - ❖ l'engagement sur le besoin exprimé
 - ❖ l'engagement du client à satisfaire son besoin

SAVOIR DÉVELOPPER « L'ENVIE D'ACHETER » CHEZ VOS CLIENTS ET GÉRER LEURS DOUTES ET LEURS OBJECTIONS

- ◆ La méthode CAB, pour transformer vos solutions en « envie d'acheter ».
- ◆ Comment se montrer persuasif et convaincant pour entraîner l'adhésion ?
- ◆ Les mots et phrases qui font vendre ; les mots à charges négatives à éviter.
- ◆ Les bons mots pour lever les doutes chez les Hésitants.
- ◆ Comment faire admettre les bénéfices de vos produits et solutions ?
- ◆ La technique des D.I.P. pour combattre élégamment une solution concurrente et semer le doute chez vos clients.
- ◆ Les mots qui réduisent les espaces de liberté chez les clients.
- ◆ Savoir détecter les objections et y répondre.
- ◆ Gérer les objections de début d'entretien (« C'est juste pour une information », « ce n'est pas moi qui m'en occupe ! » ou « Je travaille déjà avec machin ! » etc. »).
- ◆ Les 10 techniques pour rebondir et convaincre à partir d'une objection.

Applicatif : Les participants bâtissent à cette occasion le plan d'argumentation d'un ou deux produits ou solutions de leur entreprise, ainsi que les réponses à faire aux principales objections.

FAIRE SIGNER VOTRE CLIENT – LE CLOSING FINAL

- ◆ Les ressorts psychologiques de la conclusion.
- ◆ Repérer les 7 signaux des clients prêts à basculer.
- ◆ 3 techniques pour demander facilement une commande ou un accord.
- ◆ 5 autres recettes pour conclure et obtenir l'accord des indécis.
- ◆ Obtenir une décision dans les situations de conclusion immédiate impossible.
- ◆ Rebondir et gagner sa vente face aux objections de fin d'entretien.
- ◆ Trucs et astuces de fin d'entretien pour capitaliser par la prise de congé.

Applicatif : Les différentes façons de conclure sont adaptées aux spécificités de la clientèle de l'entreprise, afin de réduire au maximum les délais de décision et les risques d'indécision.

MISE EN PRATIQUE DES ACQUIS

Une partie de l'après-midi de la troisième journée sera consacrée à la tenue de jeux de rôles. Les participants seront mis en situation d'entretien client et joueront leur rôle de commercial. Les jeux de rôles seront ensuite commentés en séance plénière par l'intervenant.



Faire signer son client est l'épineux problème résolu par ce livre. Auteur de nombreux ouvrages commerciaux, Pascal Py donne ici les clés de cet art du Closing qui opère à tout moment de l'entretien pour engager votre client : au début, pour lui faire reconnaître son besoin et admettre l'idée de le satisfaire ; ensuite, pour lui faire admettre les bénéfices de la solution proposée ; à la fin, pour obtenir aisément la commande. Cet ouvrage expose comment vaincre les dérobades et autres barrages de début d'entretien.

Timing

- 08.30 Accueil - café
- 09.00 Début du cours (présentation du formateur)
- 12.30 Déjeuner
- 17.00 Fin du cours

Le matin et l'après-midi, une courte pause(-café) est prévue.

Faire signer ses clients

2024

> **Date & lieu du cours** : veuillez visiter notre site www.ifbd.be

> **Frais de participation** : € 1.895 (hors TVA)

>>> INSCRIPTION

Par e-mail :
info@ifbd.be



cliquer ici

Par notre site :
ifbd.be



cliquer ici

Par code QR :



Téléphone :
00 32 10 20 89 90



Pour plus d'informations
sur votre inscription...

>>> INFORMATIONS PRATIQUE

Les frais de participation à ces **trois jours de cours** s'élèvent à € 1.895 hors 21 % TVA. Par participant supplémentaire, vous bénéficiez de **5% de réduction** sur le montant total, avec une **réduction maximale de 20% (= 5 participants ou plus)**. Ce montant comprend les boissons chaudes/froides et un lunch copieux. Vous recevrez en outre un **précieux dossier documentaire** que vous pourrez consulter ultérieurement comme ouvrage de référence.

Après réception de votre inscription, nous vous faisons parvenir **une confirmation d'inscription** ainsi qu'une facture. Deux semaines avant la date du cours, vous recevez **une lettre de rappel**, ainsi qu'un plan descriptif pour vous rendre à l'hôtel.

Annulation

Nous comprenons parfaitement que d'autres priorités puissent survenir entre le moment de votre inscription et la date du cours. Dès lors, si nous pouvons enregistrer votre annulation écrite **deux semaines avant la date du cours**, seul un montant de 75 euros vous sera porté en compte. **Moins de deux semaines avant le cours**, vous nous serez redevable de l'intégralité de la somme due. Bien entendu, nous serons toujours enchantés d'accueillir l'un de vos collègues à votre place.

HÉBERGEMENT À L'HÔTEL

Un hébergement sur place est possible, ainsi vous pouvez entamer et/ou finir la formation de manière détendue.

Vous pouvez réserver une chambre d'hôtel sur le site suivant : www.martinshotels.com/fr/hotel/chateau-du-lac.

BASE DE DONNÉES DE L'IFBD & GDPR

Nous souhaitons vous tenir informé des dernières évolutions dans votre secteur. Pour ce faire, nous avons enregistré vos données dans notre base de données. Vos informations sont destinées à notre propre usage, sont protégées et ne sont jamais communiquées à des tiers. Nous prenons toutes les mesures nécessaires à cet effet. Conformément au GDPR, vous avez à tout moment le droit de consulter vos données, de les faire corriger et de les faire supprimer. Pour en savoir plus, consultez notre page www.ifbd.be/fr/GDPR ou écrivez à DPO@ifbd.be.

TERMES & CONDITIONS

Consultez notre page www.ifbd.be/fr/qui-sommes-nous/informations-pratiques pour toutes nos modalités.