



MERCURI
international

Programme de formation

Structurer ses entretiens clients

Développer la capacité d'influence dans chaque interaction

Structurer ses entretiens clients

Développer la capacité d'influence dans chaque interaction

Pour de nombreuses fonctions non commerciales, l'enjeu n'est pas de "vendre" au sens traditionnel, mais d'aider à décider : obtenir un arbitrage, sécuriser un engagement, défendre une recommandation, aligner des parties prenantes et construire une décision côté client.

Cette formation fournit des méthodes simples et opérationnelles, très utiles dans les interactions clients : préparer un rendez-vous important, structurer l'échange, clarifier les enjeux, expliquer la valeur, traiter les objections avec assurance, et conclure sur des prochaines étapes claires.

Le tout avec une approche résolument opérationnelle : mises en situation, entraînements, feedback et outils pratiques, pour convertir rapidement l'intention en savoir-faire terrain.

STRUCTURER SES ENTRETIENS CLIENTS

(Commercial pour non commerciaux)

OBJECTIF DE LA FORMATION

A l'issue de la formation, les participants seront capables de structurer leurs échanges, conduire une découverte efficace, formuler des options, gérer les résistances avec assurance et conclure par un engagement concret.

CONTENU DETAILLÉ

1. Introduction

- Comprendre la posture attendue
- Repérer les 8 comportements clés

2. Préparer son entretien

- Définir l'objectif et structurer le déroulé
- La méthode S.O.S.

3. Créer un climat favorable

- Introduire l'entretien de manière claire
- La méthode O.P.A.

4. Analyser les besoins

- Utiliser l'entonnoir pour explorer les enjeux
- La méthode F.O.C.A.

5. Mettre en évidence les bénéfices

- Traduire l'expertise en valeur
- La méthode C.A.B.

6. Traiter les objections

- Appliquer la technique en 5 étapes
- Le T.O.Q.

7. Conclure sur du concret

- Sécuriser une décision ou une suite
- La méthode O.D.E et ses 6 techniques

PUBLIC CONCERNÉ

Profils non commerciaux en interaction directe avec des clients : chefs de projet, experts (produit ou marketing), avant-vente, fonctions transverses intervenant dans des comités ou réunions clients.

DURÉE ET FORMAT

2 jours consécutifs (14 heures) en présentiel
Alternative : 4 x 3,5 heures en distanciel

PRÉREQUIS

Aucun prérequis. Cette formation est accessible sans expérience commerciale préalable.

MÉTHODES DE TRAVAIL

- Alternance d'apports courts, d'exercices et de mises en situation
- Travail sur les situations apportées par les participants (réunions, comités, revues, points de décision)
- Feedback structuré (posture, clarté, influence, traitement des objections) et plan d'action personnel