



MISSION | Partenaire
de votre
croissance

30, avenue de Neufchâteau, Lorraine (Québec) J6Z 1R2
514.498.9779 – vente@mission-clients.com
www.mission-clients.com

CHAQUE FORMATION EST UNE OCCASION DE
SE PERFECTIONNER DANS UNE COMPÉTENCE
PARTICULIÈRE RELIÉE AU MONDE DES AFFAIRES.

LA PROPOSITION « GAGNANT – GAGNANT »

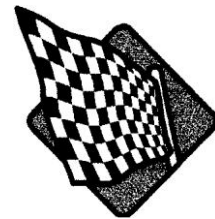
**VOUS DÉSIREZ AMÉLIORER VOS PRÉSENTATIONS
D'AFFAIRES?**

**VOUS SOUHAITEZ PRÉSENTER VOS SOLUTIONS, VOS
PRODUITS OU VOS SERVICES D'UNE MANIÈRE PLUS
PERFORMANTE?**

**VOUS CHERCHEZ DES MOYENS POUR SUSCITER ET GARDER L'INTÉRÊT DU
CLIENT?**

VOUS DÉSIREZ PLUS DE RÉSULTATS A COURT TERME?

**Découvrez comment présenter des solutions « gagnant-gagnant » et ainsi amenez vos
clients à passer à l'action.**



CLIENTÈLE VISÉE:

- ❖ Toute personne en contact avec une clientèle d'affaires.

PRÉALABLE:

- ❖ Être passionné des gens et des affaires

STRATÉGIE D'ANIMATION:

- ❖ Exposés (animation interactive avec « règles du jeu »)
- ❖ Discussions (partage de connaissances et d'opinions)
- ❖ Exercices pratiques et simulations de cas

ÉVALUATION :

- ❖ Test de compréhension
- ❖ Plan de révision
- ❖ Évaluation de satisfaction
- ❖ Correspondance d'impact

DURÉE :

- ❖ 9 heures à 17 heures
- ❖ Accréditation :
- ❖ Emploi-Québec (loi 90)

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES ET ÉLÉMENTS DE CONTENU

S'ADAPTER RAPIDEMENT AU TYPE D'ACHETEUR :

- ❖ Reconnaître les deux types d'acheteur,
- ❖ Comprendre comment et pourquoi le client achète,
- ❖ Connaître la variation de nos rôles en fonction du type de prospect,
- ❖ Garder en tête la hiérarchie de Maslow.

DÉVELOPPER UNE SOLUTION GAGNANTE :

- ❖ Utiliser un vocabulaire efficace (mots et expressions à remplacer).
- ❖ Faire ressortir votre compréhension de la situation actuelle et de la situation désirée.

PERSONNALISER CHACUNE DE VOS PRÉSENTATIONS:

- ❖ Utiliser le type de support approprié (visuel, technique),
- ❖ Créer un environnement adéquat pour effectuer la présentation,
- ❖ Développer une structure réfléchie et orientée vers l'action.

COMPOSER LES DIFFÉRENTES ÉTAPES ET ENCHAINEMENTS D'UNE PRÉSENTATION:

- ❖ Procéder à une affirmation captant l'attention du prospect,
- ❖ Mentionner les caractéristiques vérifiables du produit ou service,
- ❖ Préciser les avantages de l'éventuelle utilisation,
- ❖ Mettre en relief le bénéfice escompté,
- ❖ Maîtriser les étapes et les enchaînements.

QUALIFIER VOS FACTEURS UNIQUES ET VOS VALEURS AJOUTÉES:

- ❖ « Prioriser » les principales caractéristiques de vos produits et services,
- ❖ Identifier vos principales forces et faiblesses par rapport aux concurrents,
- ❖ Dresser la liste de vos facteurs uniques,
- ❖ Exploiter vos valeurs ajoutées.

PRÉVOIR DES STRATÉGIES DE CONCLUSION:

- ❖ Procéder à une pré-conclusion,
- ❖ Passer à l'action au bon moment,
- ❖ Détecter les signaux (positifs ou négatifs),
- ❖ Éviter toute forme de confrontation,
- ❖ Procéder naturellement avec une des techniques appropriées.