

## ***Réussir ses entretiens de découverte***

### **OBJECTIFS :**

Comprendre les enjeux de cet entretien dans la démarche commerciale  
Adopter la posture relationnelle adaptée pour créer un climat de confiance  
Structurer et conduire un entretien de découverte efficace  
Identifier les besoins explicites et implicites du client  
Reformuler et qualifier les attentes pour préparer une proposition de valeur pertinente  
Capitaliser les informations recueillies pour la suite du cycle de vente

### **PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉREQUIS :**

Commerciaux terrain, chargés d'affaires, responsables de portefeuille clients...  
Être en situation de mener des rendez-vous commerciaux auprès de clients ou prospects BtoB

Pas de prérequis

### **CONTENU DE LA FORMATION :**

1. Analyser les pratiques actuelles et recueillir les attentes des participants  
Echange sur les difficultés rencontrées et les attentes vis-à-vis de la formation  
Retour sur les auto-évaluations
2. Comprendre les enjeux de l'entretien  
Situer l'entretien dans la relation commerciale à partir de la méthode des « 5C »  
Identifier les attentes des clients d'aujourd'hui  
Découvrir les risques d'un entretien mal conduit
3. Adopter la bonne posture  
Se préparer mentalement et techniquement pour réussir ses entretiens  
Agir dans l'intérêt de son interlocuteur et non le sien  
Mettre en œuvre les fondamentaux de l'écoute active  
Identifier les freins relationnels ou les biais cognitifs à éviter  
Créer les bases d'une relation de confiance
4. Structurer son entretien  
Découvrir les temps forts dans un entretien de ce type  
Comprendre les enjeux de chaque étape  
Réussir sa prise de contact et donner envie

## ***Réussir ses entretiens de découverte***

Valider les objectifs pour chaque partie prenante

Maîtriser les techniques de questionnement pour mesurer les écarts

Savoir reformuler pour sécuriser les informations recueillies

5. Passer de la découverte à la proposition de valeur

Qualifier les informations et hiérarchiser les besoins

Faire le lien entre les besoins « clients » et son offre

Imaginer la meilleure réponse possible

6. Formaliser son plan de progression

Evaluer ses connaissances acquises

Formuler ses axes de travail post-formation

### **MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES :**

Alternance de méthodes expositives (Diaporama, séquence vidéo, E-learning...), démonstratives (Mise en pratique, analyse de pratique, étude de cas, jeu de rôles...) et interrogatives (questionnement, test et auto-évaluation, brainstorming, travaux de groupe...) avec des évaluations formatives. Un support de formation est transmis aux participants en fin de formation.

### **QUALIFICATION DES INTERVENANTS :**

Pour sélectionner ses intervenants, Inovaction s'appuie sur 2 critères :

- l'expertise liée au domaine de compétences
- l'expertise liée à la pédagogie

### **MODALITÉS D'ÉVALUATION DES ACQUIS :**

Pour chaque formation, les participants ont un questionnaire de positionnement et un questionnaire d'évaluation des acquis.

La remise d'un cahier de formation permet une évaluation à froid.

Au cours de la formation, ils ont des évaluations formatives sous différentes formes :

- Questionnement
- Auto-évaluation
- Évaluations intermédiaires
- Mises en situations

Un questionnaire de mise en œuvre est envoyé 3 mois après la formation.

## ***Réussir ses entretiens de découverte***

### **SANCTION VISÉE :**

Certificat de réalisation

Taux de réussite :

Taux de satisfaction :

### **DELAI D'ACCÈS À LA FORMATION :**

En fonction des besoins du client

### **PRIX CATALOGUE DE LA FORMATION :**

0,00

### **ACCESSIBILITE :**

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Merci de contacter les référents handicap afin d'étudier les éventuels aménagements à mettre en œuvre pour le bon déroulement de votre formation.

### **DURÉE, EFFECTIFS :**

7 heures

10 participants