

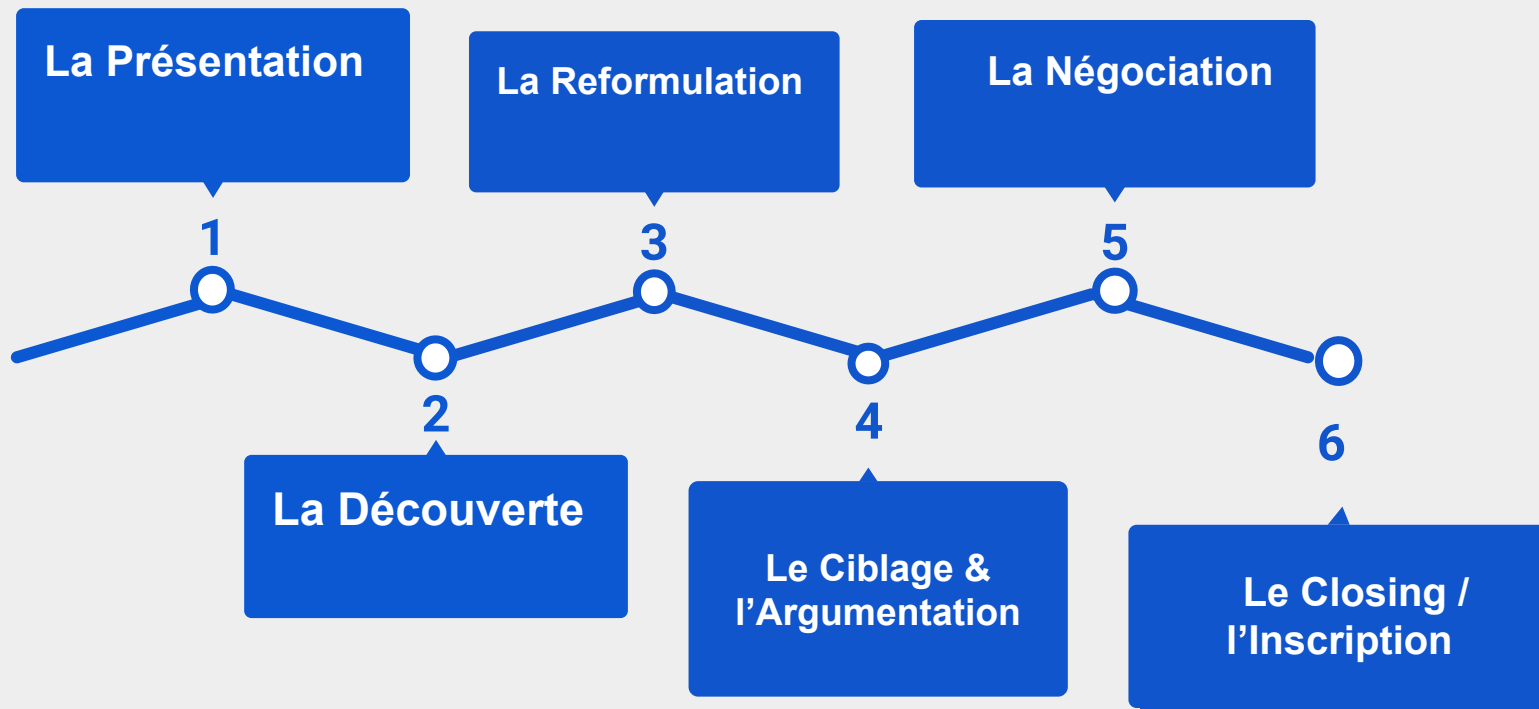


Le savoir-faire ou la structure d'une vente réussie !

Sales Academy



Le synopsis / La structure de l'acte de vente

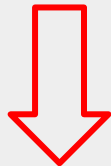


LA PRÉSENTATION



« On n'a pas une seconde occasion de faire une première bonne impression ! »

FIXER LE CADRE



La relation CF / Prospect :

- Le sourire
- Apporter de la chaleur et de la confiance
- Faire comprendre à votre prospect que :
 - c'est lui qui va parler
 - mais que c'est vous qui allez mener la danse



“J’ai bien reçu votre demande de renseignements sur nos formations. Afin de vous accompagner/ de vous orienter au mieux, j’ai besoin de renseignements complémentaires vous concernant”. (positionnement d’expert !)

NE PAS SE FOCALISER SUR LA FORMATION DEMANDÉE.
ex : Il / elle a peut-être demandé un BTS mais est-ce la meilleure solution pour lui / elle ?

NE PENSEZ PAS A LA PLACE DU PROSPECT !



LA DÉCOUVERTE

L'importance de poser des questions :

S'intéresser à la personne et à son projet
Le passé, le présent et le futur, poser des questions précises (ex : année d'obtention diplôme)

Récupérer un **MAXIMUM** d'informations

Chaque question est primordiale et fait dire à votre prospect ce qu'il doit comprendre pour se lancer

Valoriser votre prospect



La dernière réponse est l'enjeu !

DATES => POSTES => MISSIONS => ÉMOTIONS

Passé

Scolaire

professionnel : dates / postes / missions / Émotions /

Présent

dates postes missions émotions : “Et tout va bien ?” “Tout se passe bien ?” “Êtes-vous épanoui(e) ?” “Combien de temps vous voyez vous encore dans cette situation?”

ALLEZ CHERCHER L'INSATISFACTION DE SON PRÉSENT !

Enjeu

Creusez !

“je comprends pourquoi nous nous parlons ! Il faut changer cette situation !”

Futur

(ciblage)

“Alors, qu'envisagez-vous de faire pour changer cette situation ?”

“Qu'est ce que vous voulez changer en faisant cette formation?”

**Questions
Entonnoir et
Essentielles**

**Depuis quand ?/ Pourquoi pas avant ?/
Déclic ?/ Bon moment ?/ Quand diplômé ?/
Stages ?/ Tps hebdo ?/ Attentes ?**

L'entonnoir

NOTRE OBJECTIF :

Faire en sorte que le prospect se rende compte par lui-même de la nécessité de se former

- ✓ Depuis quand y pensez-vous ?
- ✓ Pourquoi ne pas l'avoir fait plus tôt ?
- ✓ J'aimerais comprendre quel a été le déclic ?
- ✓ Pourquoi aujourd'hui est le bon moment ?

On oublie pas de rebondir (ex: Ah oui c'est un projet qui est mûrement réfléchi!)

C'est donc maintenant ou jamais ?!



Les questions “essentielles”(ciblage)

Motiver votre prospect, affiner votre ciblage et préparer votre argumentation.

- **Quand souhaitez-vous être diplômé(e) ?**

Rebondir : “Très bien, donc dans la même logique, il faut commencer maintenant!”

“Très bien, donc en commençant maintenant, vous vous donnez les moyens d’étudier confortablement !”

“ Parfait en commençant maintenant vous êtes sur d’être prêt pour Juin”

- **“Etes-vous disponible pour réaliser un stage ?”** (voir si pas déjà en poste dans le domaine)
- **“Combien de temps pouvez-vous consacrer à votre formation par semaine ?”**

C’est bien plus qu’il n’en faut !

- **“Qu’attendez-vous de l’école qui va vous former ?”** La réponse va vous permettre de personnaliser la méthode d’enseignement



LA REFORMULATION

« La reformulation consiste en la mise en lumière de l'enjeu »

C'est le pic de votre échange :

Compréhension du besoin

Montrer au prospect que l'on a écouté

Synthèse de ce qui a été dit par le prospect

ex : " Vous souhaitez donc... Pour ainsi dire... En résumé... Pour synthétiser votre demande..."

Passé/ Présent /Futur

Soyez synthétiques, percutant et valorisez :

ex : "En résumé, vous avez multiplié les expériences pro avec des postes difficiles et c'est tout à votre honneur. Vous êtes actuellement... et vous souhaitez vous stabiliser niveau professionnel afin de donner un nouvel élan à votre situation !



LE CIBLAGE

Positionnement d'expert

La proposition et le bénéfice client :

“Avec mon expérience dans le secteur ce qu’il vous faut c’est”

Mettre en avant les avantages en personnalisant selon la découverte.
Le prospect attend de vous une solution de formation, pas de répondre à sa demande initiale.

Présenter la formation en reprenant l’architecture du site en étant synthétique on ne détaille pas le programme.

“C’est la formation qu’il me faut”

L'ARGUMENTATION

Reprendre les attentes exprimées par le prospect

Projeter ! Personnaliser par rapport à ses motivations, mettez le en situation de formation

Exemples : "Vous m'avez dit pouvoir étudier les soir après 20h00, donc vous vous connectez après 20h00!"

"Pour vous qui souhaitez être accompagné et suivi, sachez que vous pouvez joindre la SST tous les jours!"

"C'est l'école qui s'adapte à vous, et pas l'inverse c'est du sur mesure!"

Répondre à ses attentes en donnant l'avantage!

LA NÉGOCIATION

« Cette formation a un coût et nous allons le voir ensemble » :

Bien faire valider l'étape précédente avant d'aborder la suite

Financement et conditions

La négociation n'est pas une réduction

Annoncer clairement le prix et ce qu'il contient dans les grandes lignes (rapport qualité/prix)

On ne raccroche pas sans envoi de DI /!\

/!\ Jouer sur la notion de date (examen/Bourse d'études) /!\)

Boucle

.....

→ Annonce du prix !

→ Qui finance ?  Perso
Pôle Emploi
CPF

→ Mode de paiement  Global
Mensuel

→ La proposition  Si **pas OK**
Si **OK**

→ Closing



ENVOI D'UN BI !!!!!

LE CLOSING

Être directif et susciter l'urgence, levez la dernière objection pour provoquer le **ONE SHOT**

Placer un RDV à J+1/2 MAX ! S'il souhaite réfléchir (ex en discuter avec le conjoint) pas de question ouverte (je peux vous rappeler quand?) Pourquoi ce délai ? (concurrence/positionnement énormément de demande)

Objectif du rappel : pointer les éléments cités selon la situation

Valorisation de l'échange, valorisation du projet !



/!\ Traitement des dernières objections au call 2 /!

LES ÉTAPES DU CLOSING



```
graph TD; 1((1)) --> 2((2)); 2 --> 3((3)); 3 --> 4((4)); 4 --> 1
```

Engager le prospect

- ★ Tester la plateforme
- ★ Check des documents
- ★ Dossier de candidature

2

Fixer un RP court

Max J+2 / Proposer J+1 en premier lieu

3

Donner l'objectif du RP

Pour répondre aux questions
"Je vous appellerai afin de savoir si vous décidez de concrétiser votre projet !"

4

Reformulation positive

Reprendre les engagements oraux de votre prospect :
(ce que vous lui avez fait dire)

Let's Go !



studi