





## LES CFA : À L'ECOUTE DES BESOINS DE VOS CLIENTS POUR VALORISER VOTRE OFFRE

-  **PUBLIC** : Collaborateurs en CMA/ CFA  **PREREQUIS** : Aucun prérequis disposant d'une première expérience commerciale
-  **DUREE** : 2 jours en présentiel et ½ journée à distance
-  **TARIF**  
Inter : 680 € par apprenant  
Intra : devis sur demande
- MODALITES** : présentiel ou distanciel

### LES OBJECTIFS PEDAGOGIQUES



- ✓ **Approfondir et développer sa démarche pro-active auprès des « clients » des CFA**
- ✓ **Identifier les enjeux de développement du CFA**
- ✓ **Professionaliser son approche commerciale auprès des entreprises par des outils/méthodologies et approches comportementales spécifiques.**
- ✓ **Développer et renforcer son aisance commerciale par l'échange et le partage de pratiques.**

### LE PROGRAMME

#### SEQUENCE 1 : PRENDRE CONNAISSANCE DES SPECIFICITES DE LA VENTE DE PRESTATION DE SERVICE POUR UN CFA

- Le principe : Valoriser une prestation, c'est se mettre « au service » de son client !
- Dresser le tableau des questions et objections spécifiques à la vente des prestations proposées par un CFA.

#### SEQUENCE 2 : ANCRAGE DES FONDAMENTAUX DE LA VENTE

- La préparation de son entretien : comment et quoi préparer ?
- Être en mesure de présenter son CFA et la valeur ajoutée de son offre de manière claire et impactante.

Mise en situation : Les bonnes pratiques et co-construction d'un « pitch » de présentation.

- L'approche utile à l'établissement d'un lien partenarial CFA/Entreprise.
- Les étapes de la vente : ancrage des fondamentaux
  - La découverte des besoins et l'adaptation de son offre : retour sur les différents besoins.
  - L'art du questionnement, source d'un lien de collaboration avec vos clients.
  - Le traitement des objections, savoir anticiper une objection en fonction de vos services.
- Mettre la communication au service de la prestation de service

#### LES + PEDAGOGIQUES

- Formateurs coachs confirmés connaissant le contexte et les enjeux des CMA.
- Pédagogie inductive, interactive et participative prenant appui sur des mises en situation issues du quotidien vécu par les participants.
- Approche reposant sur une philosophie : « Avant tout, vous êtes un partenaire car vous rendez service à votre client ! ».

#### SEQUENCE 5 : SAVOIR EMPORTER LA CONVICTION DU CLIENT

- Répondre aux questions dans les différentes phases de la vente.
- Développer sa communication et le climat de confiance : savoir rassurer le client.
- Appréhender le principe de la première collaboration et des collaborations suivantes : travailler la fidélité.

## **SEQUENCE 6 : ATELIER PRATIQUE ET D'ECHANGES DE PRATIQUES**

A partir des situations vécues par les collaborateurs, de leurs expériences et idées ; proposition aux participants d'un processus sur le principe d'un « Atelier d'Echanges de pratiques ».

Collectivement, les collaborateurs seront invités à travailler sur des produits leur offre qui leur posent le plus de difficultés et à partir desquels ils souhaitent travailler/s'entraîner/partager leurs visions et pratiques.

### **EVALUATION**

Positionnement pré et post formation

Evaluation de la formation à chaud et à froid en ligne

*Pour toute question concernant la participation de personnes en situation de handicap, contacter directement CMA Académie.*