Cohérences
des Projets et des Hommes

V.2021.09

Décrypter les besoins clients et apporter de la valeur

Public

Toute personne en contact client amener à vendre (commercial, vendeur, magasinier, entrepreneur, profession libérale…)

Prérequis

Avoir une offre de produit ou de service définit (même de manière préliminaire)

Être en situation (ou en préparation) de prospection, de RDV client ou de développement commercial

Être prêt à s'interroger sur sa posture commerciale et à remettre en question ses habitudes de présentation de l'offre

Durée

2 jours, soit 14 heures

Dates et lieu

21-22 avril 2027 à Niort – Date limite d'inscription : 22 mars 2027

Nombre de stagiaires

4 personnes minimum - 12 personnes maximum

Coût pédagogique

780 € nets de taxes

Intervenante

Léa REDIEN

Objectifs pédagogiques

Identifier et comprendre les différentes formes de besoins clients, y compris ceux qui ne sont pas exprimés directement
Adopter une posture d'écoute active et utiliser une trame efficace pour explorer les besoins en profondeur
Faire émerger la valeur perçue à partir des problèmes réels et des attentes du client
Formuler une proposition de valeur claire et impactante, centrée sur la transformation vécue par le client

Décrypter les besoins clients et apporter de la valeur

Méthodes pédagogiques

Apports interactifs : concepts clés présentés de manière participative, avec exemples concrets
Auto-positionnement et introspection : questionnements guidés sur sa propre offre et posture
Exercices individuels en binômes : clarification des besoins clients, cartographie, reformulation
Jeux de rôles : simulations d'entretiens de découverte avec feedback structuré (observateur)
Créativité appliquée : storytelling, visualisation « avant/après », formulation différenciante
Co-développement et feedback croisé : travail en sous-groupes, partage d'expériences, enrichissement collectif

Modalités d'évaluation

Test d'autopositionnement avant et après la formation
Evaluation diagnostique en début de formation
Evaluations formatives tout au long de la formation
Bilan oral et questionnaire de satisfaction à l'issue de la formation
Attestation de formation et certificat de réalisation individuels délivrés après la formation

Contenu

- ✓ Les 3 formes de besoins clients : explicites, implicites, latents
- ✓ Les 3 dimensions du besoin : fonctionnel, émotionnel, social
- ✓ Distinction entre symptômes exprimés et causes profondes
- ✓ Posture d'exploration : écoute active, reformulation, questionnement ouvert
- ✓ Trame d'entretien structuré pour cerner contexte, enjeux, motivations
- ✓ Les problématiques du client et la notion de valeur perçue : ce que le client achète vraiment
- ✓ Traduction des besoins en bénéfices clients concrets et différenciants
- ✓ Storytelling et outils visuels pour clarifier la transformation apportée
- ✓ Modèles de formulation d'une proposition de valeur impactante

Indicateurs de résultats

Nouvelle formation, pas de statistiques