

## 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 2026 à Niort – Date limite d'inscription : 23 mars 2026

### 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 de positionnement individuel en amont de 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