

# FORMATION CRÉER DE LA VALEUR À CHAQUE INTERACTION CLIENT

*Structurer sa démarche commerciale et développer la fidélisation.*

## **Et si chaque rencontre client devenait une opportunité de différenciation et de fidélisation ?**

Dans la grande distribution, la parapharmacie, la culture, le voyage ou l'assurance... vos équipes sont en première ligne. Cette formation transforme la posture de vos conseillers – d'une simple prise en charge à une vraie démarche conseil orientée valeur. Manag'Color®, méthode SONCAS, méthode CAP, traitement des objections en 6 étapes : les outils sont concrets, immédiatement opérationnels.

En 2 à 4 jours selon les modules choisis, vos équipes repartent avec une posture conseil affirmée et une méthode structurée pour vendre sans vendre – et fidéliser durablement. Avec, en option, une journée d'ancrage terrain par la formatrice.

**chrom  
action**  
CONSEILS & FORMATION

### **PUBLIC CONCERNÉ :**

Toute personne en contact client (présentiel, téléphone ou en Visio), ainsi que les managers ou responsables supervisant une activité de relation client ou d'accueil public.

### **PRÉ-REQUIS :**

Aucun

### **MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :**

Formation en présentiel (option distanciel selon les modules choisis).

### **DURÉE :**

De 14h à 35 heures selon options et modules choisis.

### **TARIF :**

A Marmande : à partir de 1650 € HT/groupe de 8 stagiaires.  
Hors Marmande et groupe : nous consulter

### **LIEU :**

Au Hangar des Conseils à MARMANDE  
Au sein de l'entreprise

## **LE PROGRAMME**

Un parcours en 5 modules + une option d'ancrage terrain pour transformer la posture commerciale en réflexes durables.

### **MODULE 1 – PRENDRE CONSCIENCE DE SON RÔLE DANS L'EXPÉRIENCE CLIENT**

Objectif : Distinguer vente conseil et vente passive, et identifier sa propre marge de progression.

- Différence entre vente suggestive et vente conseil notion de valeur ajoutée
- Ce que le client attend réellement : reconnaissance, écoute, conseil
- Identifier ses propres pratiques actuelles
- Étude de situations concrètes terrain (rayon, comptoir, accueil...)

### **MODULE 2 – RÉUSSIR LA PREMIÈRE IMPRESSION ET L'ACCUEIL**

Objectif : Installer un climat de confiance dès les premières secondes – quel que soit le profil client.

- Le triangle de la vente – les règles d'or de l'accueil
- Les 4x20 – attitudes à éviter et comportements à privilégier
- Remobilisation Manag'Color® : adapter son accueil aux 4 profils clients (30-45 min)

### **MODULE 3 – RECHERCHER ET ANALYSER LES BESOINS**

Objectif : Maîtriser l'écoute active et les questions justes pour cerner les vraies motivations.

- Écoute active et compréhensive
- Les 4 types de questions : ouvertes, fermées, alternatives, reformulation
- Technique de l'entonnoir – stratégie du silence
- Méthode SONCAS : identifier et adapter son discours aux 7 motivations d'achat

## MODALITÉS D'ACCÈS :

Inscription 14 jours minimum avant le début de la formation

Feuilles de présence.

Questionnaire de positionnement.

Évaluation des acquis en cours et en fin de formation.

Questionnaire de satisfaction.

## ACCESSIBILITÉS AUX PERSONNES HANDICAPÉES :

Les personnes en situation de handicap peuvent avoir des besoins spécifiques pour suivre la formation.

N'hésitez pas à nous contacter pour en discuter

## ÉQUIPES ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Formatrice spécialisée en management et expérience client + équipe pédagogique CHROMACTION.

Pédagogie active : Divers outils jeux et cas pratiques et/ou mise en situations adaptées à l'entreprise.

Supports numériques (présentations, documents partagés).

En distanciel : plateforme de visioconférence, partage d'écran et supports dématérialisés.

Taux de satisfaction globale :  
100% depuis le 01/01/2022

## MODULE 4 – ARGUMENTER ET METTRE EN VALEUR L'OFFRE

Objectif : Construire un argumentaire qui parle au client pas au produit.

- Sélectionner et proposer l'offre adaptée
- Méthode CAP : Caractéristiques – Avantages – Preuves
- Valoriser un produit même courant – donner du sens, créer de l'envie
- Repérer les signaux d'achat verbaux et non verbaux

## MODULE 5 – TRAITER LES OBJECTIONS ET CONCLURE

Objectif : Faire de l'objection un levier de vente et conclure avec aisance.

- L'objection comme levier de vente
- Méthode en 6 étapes : Écouter – Reformuler – Interroger – Répondre – Confirmer – Aller de l'avant
- Gérer ses émotions – techniques de conclusion
- Vente additionnelle, fidélisation et bien finir l'échange

## MODULE 6 – OPTION ANCRAGE TERRAIN – ½ JOURNÉE

Objectif : Observer, pratiquer et ancrer les réflexes commerciaux en situation réelle.

- Observation terrain par la formatrice
- Jeux de rôles contextualisés et analyse de situations réelles
- Optimisation des ventes additionnelles – plan d'action individuel

## LES OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable :

MODULE 1 : Distinguer les caractéristiques d'une posture conseil d'une posture de vente passive, en identifiant au moins 3 comportements concrets attendus dans sa situation professionnelle.

MODULE 2 : Nommer les 7 étapes du cycle de vente et identifier les comportements clés de l'accueil, en citant pour chaque étape un exemple adapté à son contexte métier.

MODULE 3 : Identifier et classer les 4 types de questions (ouvertes, fermées, alternatives, reformulation) et reconnaître les 7 motivations SONCAS, en les associant à des situations clients de son secteur.

MODULE 4 : Construire un argumentaire en appliquant la méthode CAP, en produisant au moins un exemple structuré (caractéristique, avantage, preuve) adapté à un produit ou service de son environnement.

MODULE 5 : Nommer les 6 étapes du traitement d'une objection et identifier les signaux d'achat verbaux et non verbaux, en les repérant dans une mise en situation simulée.

## AU-DELÀ DE LA FORMATION :

*Véritable levier collectif, cette démarche se déploie en formation, séminaire, ateliers ou accompagnement sur mesure, selon la dynamique que vous souhaitez engager.*