

## **FORMATION : CONSTRUIRE SON ARGUMENTAIRE COMMERCIAL**

### **OBJECTIFS**

Acquérir les notions de base de l'argumentation marketing et commerciale. Vous allez apprendre à établir un argumentaire commercial, pour favoriser les interactions avec vos cibles. A l'issue de cette formation vous serez en mesure de convaincre le consommateur d'acheter vos produits et/ou services et d'intégrer ces arguments sur l'ensemble de vos actions de communication.

### **PARTICIPANTS**

Tout public en situation commerciale ou issu d'un service marketing (salariés / créateurs / chefs d'entreprise, assistante de direction, secrétaire, chargé de communication, de marketing etc.)

### **PROGRAMME**

#### **1 - Description de la stratégie commerciale**

- Analyse préalable : identifier les forces et faiblesses (SWOT) de votre organisation
- Etudier les concurrents (atouts / faiblesses – éléments différenciant)
- Définir votre CERCEL d'OR (inspirant, rassurant, factuel)
- Inventorier les cibles (principales, secondaires, prescripteurs)
- Identifier le tunnel de vente
- Comprendre le parcours consommateur / client (5 phases)

#### **2 - Méthode de création d'un argumentaire :**

Les prérequis pour rédiger son argumentaire de vente

- Remplir ses fiches persona (méthode ethnomarketing : identification des problématiques clients)
- Liste des caractéristiques produits
- Différencier un bénéfice d'un argument et d'une caractéristique (méthode CAB)

Rédaction de l'argumentaire :

- Formalisation des bénéfices clients
- Anticipation des objections
- Création des messages clés et le vocabulaire associé

Intégration des objections :

- Méthode de traitement des objections : anticiper, identifier, répondre, Intégration dans l'argumentaire

#### **3 - Décliner son argumentaire sur ses supports de communication :**

- La déclinaison dans le cadre commercial (supports traditionnels – flyer, dépliant, rollup... et numériques – site web, réseaux sociaux, power point etc.)

## METHODE

Pour l'ensemble des modules ci-dessus des exemples concrets sont présentés au stagiaire. Une participation interactive, à partir de la problématique du stagiaire, est prévue pour chaque étape du parcours consommateur.

## MOYENS PEDAGOGIQUES

Une documentation technique est remise au stagiaire à l'issue de la formation (synthèse des éléments de formation).

## APPRECIATION DES RESULTATS

Un QCM permet de valider ses connaissances théoriques.

## DUREE

1 jour (9h à 12h et 14h à 17h) soit 7h

### LE PLUS DE NOS FORMATIONS

**Chaque atelier permet au stagiaire de travailler sur ses travaux personnels et/ou professionnels en lien avec son activité et ses besoins au quotidien.**

Notre organisme de formation est référencé sur Datadock (numéro de référence 0043212) et [CERTIFIÉ QUALIOPi N° de certificat FR059137-1 \(catégorie L6313-1 actions de formation\)](#). 🏆 L'ensemble de nos formations ont été enregistrées auprès du préfet de région de Pays de la Loire (numéro 52 49 02492 49). La prise en charge financière de nos formations est possible via votre Organisme Opérateurs de Compétences (OPCO anciennement OPCA). Nos formations sont conçues sur-mesure et s'adaptent à votre niveau de compétence et à votre pratique professionnelle.