

- **Public concerné** : toute personne en lien avec des clients ou en devenir
- **Prérequis** : aucun
- **Durée** : 14 heures de formation - 4,5 heures (3 * 1,5 heures) d'accompagnement collectif - 3,5 heures de retour d'expérience
- **Intervenant** : Stéphane Jasmin
- **Objectifs de la formation** :
 - Bâtir des avantages concurrentiels en explorant les zones inconnues de la relation
 - Challenger les clients et prospects sur leurs problématiques et enjeux
 - Explorer un compte client comme un système vivant pour proposer des solutions impactantes
 - Questionner efficacement en étant centré client
- **Compétences visées** :
 - À l'issue de la formation, les participants seront capables de construire des approches commerciales responsables, respectant la concurrence et permettant d'éclairer les clients dans leur processus d'achat
- **Contenu de la formation** :

Thème	Contenu	Calendrier
INTRODUCTION	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Présentation des objectifs de la formation. ▸ Tour de table pour collecter les attentes des participants. 	Jour 1
BÂTIR DES AVANTAGES CONCURRENTIELS AU CŒUR DE LA RELATION COMMERCIALE	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Bâtir sa légitimité commerciale et la confiance pour construire de nouveaux avantages concurrentiels ▸ Dépasser l'approche traditionnelle de réponse aux besoins pour répondre aux enjeux client ▸ Explorer les zones inconnues de la relation et faire émerger des informations à forte valeur ajoutée au cœur de la relation commerciale 	Jour 1
CHALLENGER LES CLIENTS ET PROSPECTS SUR LEURS PROBLÉMATIQUES ET ENJEUX	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Adopter la posture génératrice de tension créatrice dans la relation commerciale grâce à 3 nouveaux rôles : Challenger pour projeter son client sur ses enjeux, Coach pour faire émerger une envie de solution et Créateur pour co-construire une solution à forte valeur ajoutée 	Jour 1
EXPLORER UN COMPTE CLIENT COMME UN SYSTÈME VIVANT POUR PROPOSER DES SOLUTIONS IMPACTANTES	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Cartographier les rôles et influences des acteurs chez le client pour agir avec discernement, impact et identifier les sponsors ▸ Identifier les informations porteuses de sens : identifier les demandes client, les déclencheur, les résultats à produire et l'enjeux à poursuivre ▸ Identifier les marges de manœuvre chez le client : solutions déjà tentées, contraintes, limites 	Jour 2
QUESTIONNER EFFICACEMENT EN ÉTANT CENTRÉ CLIENT	<ul style="list-style-type: none"> ▸ S'approprier des modèles d'investigation impactants pour renforcer sa légitimité en étant réellement centré client 	Jour 2
CLÔTURE	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Partage des enseignements de la formation 	Jour 2