



**booster**  
**academy**

1<sup>er</sup> CENTRE D'ENTRAÎNEMENT INTENSIF À LA VENTE

# MUSCLEZ VOTRE DISCOURS

---

## LES REGLES D'OR

4 rue de Rome – 75008 Paris - [www.booster-academy.fr](http://www.booster-academy.fr) - 01 72 28 35 89



# On peut essayer de convaincre les hommes par ses propres raisons...

*On ne les persuade que par les leurs !*

1. Intéressez-vous à votre interlocuteur : posez des questions avant de parler
2. Prenez le temps : assurez-vous d'avoir bien compris
  - Sélectionnez les arguments les plus pertinents
  - Exprimez d'abord les bénéfices de votre proposition pour votre interlocuteur
  - Soyez attentif au feed-back de votre interlocuteur... et ajustez !



# Règle d'or n°1

Intéressez-vous à votre interlocuteur :  
posez des questions avant de parler

*L'erreur à ne pas commettre ? Parler le premier...*

- Pour être convaincu, votre interlocuteur a besoin de se sentir concerné : il écoutera pleinement si, et seulement si, vous LUI parlez
- Votre objectif : découvrir ses besoins, ses attentes, ses enjeux avec des questions :
  - ouvertes, pour faire parler : *Quand ?, Comment ?, Pourquoi ?*
  - miroirs, pour approfondir : *C'est-à-dire ?*
  - suggestives, pour tester son point de vue : *Que pensez-vous de ?*
  - alternatives, pour faire prendre position : *Plutôt ceci ou cela ?*
  - fermées, pour faire préciser



# Règle d'or n°2

## Prenez le temps : Assurez-vous d'avoir bien compris

*L'erreur à ne pas commettre ? Assurez-vous d'avoir bien compris*

- Chacun regarde, écoute, sent, interprète le monde avec son propre filtre... Si vous ne prenez pas en compte ce phénomène, vous risquez de passer complètement à côté des arguments les plus convaincants.
- Soyez particulièrement attentifs à :
  - Écouter sans jugement
  - Laisser parler sans interrompre
  - Clarifier en posant des questions miroirs : *C'est-à-dire ? Qu'entendez-vous par... ?*
  - Reformuler avec des mots qui ne laissent pas la place à l'interprétation
  - Faire valider votre compréhension des propos de votre interlocuteur



# Règle d'or n°3

## Sélectionnez les arguments les plus pertinents

*L'erreur à ne pas commettre ? Etaler votre connaissance produit, chercher à convaincre par-dessus tout !*

- Pour être convaincu, votre interlocuteur a besoin de se sentir concerné : il écoutera pleinement si, et seulement si, vous LUI parlez
- Pour muscler votre discours :
  - Développez votre connaissance produits
  - Préparez vos argumentaires... et connaissez-les sur le bout des doigts
  - Sélectionnez le ou les arguments qui ont de la valeur pour votre interlocuteur



# Règle d'or n°4

**Exprimez d'abord les bénéfices de votre proposition pour votre interlocuteur**

*L'erreur à ne pas commettre ? Parler de vous, de votre situation... en oubliant votre client !*

Des trois composantes d'un argument (Caractéristiques, Avantages, Bénéfices), attachez-vous à exprimer d'abord les bénéfices : ce n'est qu'après avoir compris en quoi votre offre a un intérêt POUR LUI que votre interlocuteur sera l'écoute.

- Bénéfices
  - Faire le lien avec les besoins du client
- Avantages
  - Sélectionner l'avantage pertinent
- Caractéristiques
  - Apporter les preuves de l'avantage



# Règle d'or n°5

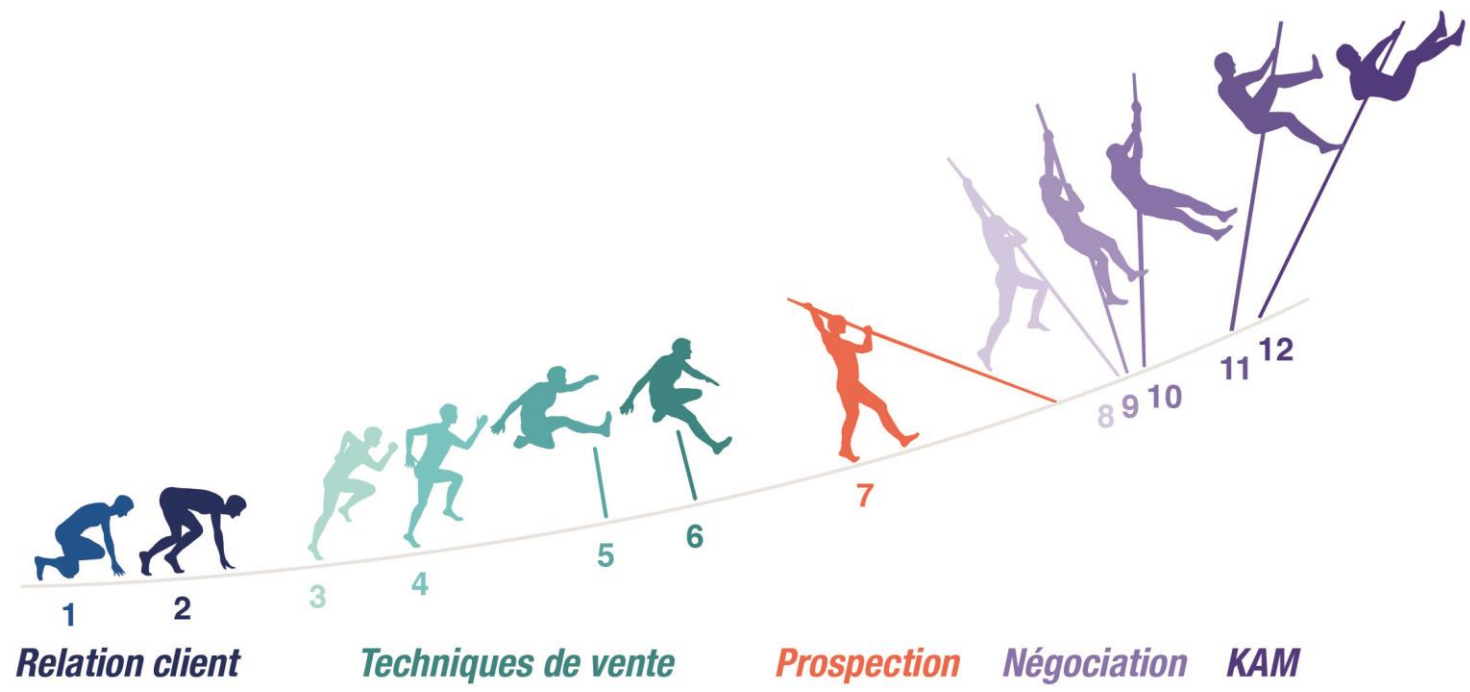
**Soyez attentif au feedback de votre interlocuteur... et ajustez !**

*L'erreur à ne pas commettre ? Fuir les objections, éviter de demander au client son avis*

- Regardez comment votre interlocuteur réagit à vos arguments, guettez ses réactions !
  - Elles sont positives... poursuivez
  - Elles sont négatives... allez à la rencontre de l'objection
- Saisissez les objections comme des opportunités d'ajuster votre discours
  1. Accusez réception : **Je comprends**
  2. Reformulez, pour vous assurer d'avoir bien compris
  3. Demandez s'il y en a d'autres et identifiez la plus importante
  4. Cherchez à comprendre l'origine de l'objection
  5. Répondez

# 1<sup>er</sup> centre d'entraînement intensif à la vente

- Diagnostic du niveau de départ sur une échelle de 1 à 12
- Montée en compétence progressive, validée par l'augmentation des performances





# NOTRE APPROCHE PEDAGOGIQUE

---

## Pour chaque niveau

- ✓ **Préparation** ► (Ré)activer les connaissances indispensables à l'entraînement (modules e-learning, lecture d'ouvrages, exercices)
  
- ✓ **2 demi-journées en petits groupes de 4 à 6 personnes, espacées de 15 jours** ► Réellement développer les automatismes de chacun avec des méthodes inspirées de l'entraînement sportif
  - **Échauffement** : validation des connaissances et des prises de consciences nécessaires à l'entraînement
  - **Situation de référence** : identification des acquis et axes de travail prioritaires pour chacun
  - **Entraînement** : travail séquencé pour automatiser au maximum la compétence
  - **Match test** : Mise en application globale, contextualisée, des automatismes développés précédemment
  - **Etirements** : Confrontation de la prestation initiale à la prestation finale, et définition du plan d'actions à mettre en œuvre de retour sur le terrain
  
- ✓ **Mise en application intensive entre chaque entraînement** ► Ancrer ces automatismes et constater rapidement l'impact sur son efficacité commerciale.

# LES NIVEAUX

Savoir communiquer	Vendre aux entreprises	L'entretien de vente	La prise de contact	<b>N3</b> Valeur ajoutée & mécanismes
Découverte Grand Angle	Mise en tension	Tiercé Gagnant	Ecoute active	<b>N4</b> Découverte
Argumentation BAC	Traitement des objections	Techniques de closing	Initiation à la négociation	<b>N5</b> Argumentation /Conclusion
Comportemental Vente 1	Comportemental Vente 2	Adaptabilité	La vente sur mesure	<b>N6</b> Vente comportementale
Développer son portefeuille	Prioriser ses actions	Optimiser sa prospection	Réussir ses prises de RDV	<b>N7</b> Prospection
Sortir des négociations prix	Préparer ses issues de négociation	Optimiser ses négociations	Déjouer les stratégies des acheteurs	<b>N8</b> Négociation
GO / NO GO	Optimiser ses propositions écrites	Préparer ses soutenances	Réussir ses soutenances	<b>N9</b> Offre et défense
Cycle des ventes complexes	Processus de décision	Qualification des opportunités	Stratégie et tactiques	<b>N10</b> Stratégie de vente
Le plan de compte	Organisation de l'équipe compte	Pilotage de l'équipe compte	Management de l'équipe compte	<b>N11</b> Pilotage des grands comptes
Evaluation objective du partenariat	Les leviers de la confiance structurelle	Fidélisation et développement du partenariat	La passation de compte	<b>N12</b> Stratégies relationnelles