

Trouver des arguments solides pour CONVAINCRE SES CLIENTS

PROGRAMME

Les grandes familles d'arguments

- Quelles sont les familles d'arguments?
- Présentation des projets des participants selon ces familles

Les caractéristiques de ses produits / services

- Qu'est-ce qu'une caractéristique ?
- Comment définir les caractéristiques de ses produits/services ?
- Exercice individuel puis de groupe sur les caractéristiques de ses produits/services

Transformer ses caractéristiques en avantages pour ses clients

- Relation caractéristique/avantage pour ses clients
- Les différents types de clients
- Travail personnel puis échange en groupe sur les avantages des produits/services de chacun

Rédiger sa lettre commerciale

- La méthode de rédaction AIDA
- Les règles de langage



Public

- Créateurs/repreneurs d'entreprise (Création < 3 ans)
- Commerciaux



Objectifs

- > Définir les caractéristiques de son offre et les transformer en avantages pour son client
- > Construire des arguments solides pour communiquer et prospecter



Durée

- > 1 journée et demie



Modalités d'évaluation

- > Évaluation de la formation par les participants
- > Attestation de fin de formation