



Développer son efficacité commerciale

Améliorer son impact commercial avec le storytelling

3 jours (21h00) | 9 4,6/5 | DCEFF-STORY | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Formations Compétences Métier > Performance commerciale > Développer son efficacité commerciale

Contenu mis à jour le 13/10/2023. Document téléchargé le 27/07/2024.

Objectifs de formation

A l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Identifier les éléments clés d'une histoire captivante dans le contexte commercial
- Analyser les besoins et les motivations du public cible afin d'adapter votre storytelling
- Structurer votre histoire en utilisant un schéma narratif efficace
- Appliquer des techniques de persuasion et d'influence à travers le storytelling
- Adapter votre storytelling aux différentes étapes du processus de vente
- Présenter votre histoire de manière convaincante et impactante
- Utiliser des supports visuels et des techniques de narration pour renforcer votre storytelling
- Evaluer l'efficacité de votre storytelling à partir des retours clients et des indicateurs de performance
- Identifier et exploiter les axes d'amélioration et les opportunités d'optimisation du storytelling commercial.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Formation délivrée en présentiel ou distanciel* (blended-learning, e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance).

Le formateur alterne entre méthode** démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation).

Variables suivant les formations, les moyens pédagogiques mis en oeuvre sont :

- Ordinateurs Mac ou PC (sauf pour certains cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel)
- Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne
- Supports de cours et exercices

En cas de formation intra sur site externe à M2i, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation visée conformément aux prérequis indiqués dans le programme de formation communiqué.

* nous consulter pour la faisabilité en distanciel

** ratio variable selon le cours suivi

Prérequis

Maîtriser les fondamentaux de l'entretien de vente.

Public concerné

Commerciaux itinérants, commerciaux sédentaires et administrateurs des ventes.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

1) Avant la formation

- Questionnaire de positionnement pour identifier ses propres axes de progrès

2) Pendant la formation

Introduction

- Présentation de chacun
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Présentation du cadre de la formation
- Contextualisation des objectifs et des enjeux
- Emergence des représentations des participants
- Ajustement du contenu du programme de la formation si besoin

Introduction au storytelling dans le contexte commercial

- Comprendre les bases du storytelling et son importance dans le contexte commercial
- Découvrir les différents types d'histoires et leurs utilisations dans les entretiens de vente
- Analyser des exemples de storytelling réussis dans le domaine commercial

Identifier et comprendre son public cible

- Apprendre à définir son public cible et ses besoins spécifiques
- Utiliser des techniques d'écoute active pour comprendre les motivations et les préoccupations des clients
- Etablir une connexion émotionnelle avec le public cible grâce au storytelling

Construire une histoire captivante

- Identifier les éléments clés d'une histoire captivante
- Structurer son histoire en utilisant un schéma narratif efficace (introduction, développement, conflit, résolution, conclusion)
- Utiliser des techniques de persuasion et d'influence à travers le storytelling

Adapter son histoire aux différentes étapes du processus de vente

- Analyser les différentes étapes du processus de vente et les besoins des clients à chaque étape

- Adapter son histoire en fonction des objectifs spécifiques de chaque étape (attirer l'attention, susciter l'intérêt, créer le désir, conclure la vente)
- Intégrer des témoignages et des cas concrets dans son storytelling pour renforcer sa crédibilité

Présentation et mise en pratique du storytelling

- Apprendre à présenter son histoire de manière convaincante et impactante
- Utiliser des supports visuels et des techniques de narration pour renforcer son storytelling

Evaluation et perfectionnement du storytelling commercial

- Evaluer l'efficacité de son storytelling à travers des retours clients et des indicateurs de performance
- Identifier les axes d'amélioration et les opportunités d'optimisation de son storytelling
- Développer des compétences avancées en storytelling grâce à des ressources supplémentaires et des recommandations de lecture

Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)

- *Autodiagnostic*
- *Atelier collectif ou simulations basées sur des cas concrets proposés par les stagiaires*
- *Exercices d'entraînement*
- *Analyse de scénarii, mises en application pratiques*
- *Brainstorming en sous-groupe*
- *Débriefing sur les comportements mis en oeuvre : analyse de pratique*
- *Plan d'action : rédiger son plan d'action personnalisé (PAP), objectifs et actions concrètes*

Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Evaluation formative (quiz permettant de valider les compétences acquises)
- Bilan oral et évaluation à chaud

3) Après la formation : consolider et approfondir

- Pendant 3 mois après la formation, les participants bénéficient d'un suivi personnalisé asynchrone auprès du formateur par courriel
- Ils reçoivent des feedbacks et des conseils personnalisés en relation avec les sujets abordés en formation

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

- En cours de formation, par des mises en situation contextualisées évaluées
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation

Accessibilité de la formation

Le groupe M2i s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Les détails de l'accueil des personnes en situation de handicap sont consultables sur la page Accueil et Handicap.

Modalités et délais d'accès à la formation

Les formations M2i sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 11 jours ouvrés.