

Vente & action commerciale

FORMATION VALORISER LES SERVICES COMPTABLES



◆ **Public visé :**

- ✓ Comptable, expert-comptable

◆ **Objectifs :**

- ✓ Passer du comptable expert des chiffres au comptable conseil
- ✓ Devenir un apporteur de solutions
- ✓ Fidéliser le client par la reconduction d'une prestation du cabinet
- ✓ Soumettre et vendre une nouvelle prestation du cabinet
- ✓ Maîtriser les réflexes et techniques commerciales de fidélisation client
- ✓ Rester authentique et professionnel en toute circonstance

◆ **Prérequis :**

- ✓ Aucun

◆ **Contenu :**

Introduction : dédramatiser la fonction commerciale

- ✓ Le rôle du comptable ou de l'expert-comptable
 - Rôle de conseil
 - Compétences
 - Perception par le client
- ✓ Les 3 piliers de la relation client-fournisseur et de la stratégie de fidélisation
 - Technique
 - Humain
 - Commercial/conseil
- ✓ Les leviers de développement du chiffre d'affaires
 - Prospection
 - Vente
 - Fidélisation client
- ✓ Différences entre « vente produit » et « vente client »

La démarche de vente-conseil en rendez-vous de bilan comptable avec le client (dirigeant)

Etape 1 : le bilan comptable et la détection de besoins

- ✓ Remarque préliminaire
 - Le choix du bilan comptable comme moment privilégié
 - Les autres moments possibles
- ✓ La prise de contact avec le client
 - La **règle des 4X20**
- ✓ La présentation du déroulement du rendez-vous
 - L'année écoulée : chiffres et résultats...
 - L'année à venir : projets professionnels (entreprise) et personnels (dirigeant)
- ✓ Les postures d'écoute active pendant le rendez-vous
 - La **règle des 3 E**
 - L'identification du **profil psychologique** du client
 - Repérage des attentes et détection de besoins
 - La prise de notes

- ✓ L'approfondissement des besoins détectés
 - Le questionnement et la parole au client
 - La **méthode du Quintilien**
 - Les autres techniques de découverte
 - La reformulation
 - La proposition d'un rendez-vous pour présenter et expliquer la solution
- ✓ La prise de RDV
 - Le choix du canal : face à face, visioconférence, téléphone
 - Avantages et inconvénients de chaque canal
 - Techniques et astuces :
 - Garder le lead
 - **L'alternative**

ETAPE 2 (au bureau) : la préparation de la solution pour le client avec les conseils ciblés

ETAPE 3 : La présentation et la vente de la solution

- ✓ Préparation :
 - Matérielle
 - Mentale
- ✓ Proposition
 - Comment présenter la solution ?
 - Pourquoi et comment agir comme un conseiller expert et non comme un simple vendeur ?
 - La posture
 - Le discours
 - Faut-il faire plusieurs propositions ?
 - Les pièges à éviter
 - La proposition à options
- ✓ Argumentation vente-conseil
 - La **méthode CAP**
- ✓ Traitement des éventuels freins du client
 - **Méthode ACRE**
- ✓ Conclusion
 - **Les techniques de conclusion pro-active**
- ✓ Prise de congé :
 - S'inscrire dans la durée

Méthodes pédagogiques :

- ✓ Construction d'outils
 - Profils psychologiques
 - Argumentaire
- ✓ Réalisation de plusieurs simulations de visite de bilan reconstituant différents cas concrets choisis par les participants
- ✓ Travaux en sous-groupes

Durées et modalités :

Présentiel en collectif	FOAD* en collectif	Présentiel ou FOAD* en individuel (pack formation coachée)
2 jours (14h)	8h	9h30

*Formation à distance

MAJ 20240202