



Techniques de Vente et Traitement des Objections

Lien :

<https://maroc-performance.com/formation/techniques-de-vente-et-traitement-des-objections>

 DURÉE
3 jours (21h)

 RÉFÉRENCE
MC300

 CATÉGORIE
Techniques de Vente

OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- ✓ Maîtriser les aspects et les techniques de négociation
- ✓ Identifier, comprenez les besoins/motivations du client
- ✓ Savoir comment se différencier de la concurrence
- ✓ Donner envie aux clients les plus exigeants
- ✓ Comprendre d'où viennent les objections dans la vente
- ✓ Limiter l'apparition des objections par des réflexes appropriés
- ✓ Traiter les objections commerciales en adaptant sa stratégie au type d'objection

POUR QUI ?

- ✓ Commercial, Chef des Ventes, Directeur Commercial
- ✓ Responsable de Business Unit, Superviseur
- ✓ Chef d'entreprise, Manager

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Les 7 Phases de la Vente

- PREPARER : recueil d'information et grille de négociation
- CONTACTER : Etablir une relation de confiance et favoriser l'empathie
- COMPRENDRE :
 - Découvrir des besoins explicites et implicites grâce au questionnement directif et non directif, à la gestion du silence et à l'écoute active
 - Maîtriser les principales motivations d'achat (rationnelles et irrationnelles) de ses clients
 - S'adapter aux différents styles d'acheteurs
- CONVAINCRE :
 - Argumentation structurée et personnalisée (besoins, motivations et personnalité du client)
 - Connaître les réponses les mieux adaptées pour traiter avec aisance les principales objections
- NEGOCIER :
 - Conduire efficacement une négociation et la conclure de façon profitable
 - Maîtriser les aspects psychologiques de la négociation
 - Connaître les styles d'acheteurs, leurs motivations spécifiques et leurs modèles comportementaux
 - Définir son style de négociation et s'adapter aux différents profils
 - Mener avec succès l'entretien de négociation
- LE CLOSING :
 - quand et comment conclure ?
 - Les « feux verts » de la conclusion ou signaux d'achat émis par les clients
 - Les différentes techniques de closing pour prendre l'initiative de la conclusion
 - Récapituler et valider les points d'accord pour faire accepter la proposition finale
 - Clarifier, verrouiller et finaliser l'accord pour obtenir la décision
 - La conclusion « gagnant - gagnant » pour pérenniser la relation commerciale

- PRISE DE CONGE : Analyse de l'action de vente réalisée et suivi du dossier client

2 / Adapter son approche commerciale à la typologie de besoin client

- Les techniques de vente classiques : atouts et limites
- Identifier le niveau de maturité du besoin du client/prospect
- Identifier la démarche commerciale adaptée à chaque situation de vente
- Repérer les comportements adaptés dans chaque situation de vente

3 / TECHNIQUE DE VENTE N°1 : Créer le besoin avec la vente persuasive

- Les situations de vente persuasive
- Faire la différence dès les premières minutes avec la "bande annonce"
- Faire prendre conscience de problèmes à venir
- Montrer les conséquences négatives pour le client d'une non-action
- Démontrer son expertise en s'appuyant sur des références actives
- Rassurer pour donner envie de changer
- Rester dans le paysage du client en cas de non-décision immédiate

4 / TECHNIQUE DE VENTE N°2 : Accélérer l'envie de changer avec la vente créative

- Les situations de vente créative
- Optimiser le contact pour donner envie de s'exprimer
- Faire émerger les besoins latents
- Mettre en évidence des insatisfactions
- Créer la solution appropriée
- Renforcer et accélérer le besoin de changement : les leviers de l'influence
- Traiter les réticences objectives et dépasser les réticences irrationnelles

5 / TECHNIQUE DE VENTE N°3 : Co-construire la solution avec la vente conseil

- Les situations de vente conseil - Aider le client à exprimer son besoin
- Dépasser le besoin explicite pour découvrir les besoins implicites

- Maîtriser les techniques d'écoute active
- Identifier avec le client la ou les solutions déjà envisagées
- Accompagner le client dans l'évaluation des solutions envisagées
- Construire avec le client la solution la plus adaptée
- Renforcer les bénéfices de la solution
- Aider le client à prendre sa décision
- Identifier dès la vente d'autres opportunités de rencontre

6 / Modifier son approche des objections du client

- Identifier ce qui se passe pour le commercial confronté à des objections
- Comprendre l'objection du point de vue du client
- Dissocier l'objection émise par le client de la dimension relationnelle
- Recentrer le face-à-face sur la dimension opérationnelle

7 / Dépasser les objections "prétexte" pour mieux rebondir

- Décrypter le non-verbal du client pour repérer les objections "prétexte"
- En prospection téléphonique, rebondir sur l'objection "prétexte" pour obtenir un rendez-vous
- En face-à-face client, rebondir sur l'objection "prétexte" pour inciter le client à s'exprimer

8 / Diminuer les objections en qualifiant mieux le besoin

- Creuser les besoins et les attentes
- Utiliser la reformulation de transition et d'engagement
- Valider l'intérêt du client pour une solution qui répond aux besoins exprimés

9 / Traiter en profondeur les objections à l'achat

- Creuser l'objection pour en comprendre l'origine
- Reformuler l'objection pour que le client sente qu'elle est bien prise en compte et acceptée
- Argumenter pour rassurer le client
- Contrôler que l'objection est bien levée

10 / Rebondir sur l'objection "prix" pour mieux argumenter son offre

- Valoriser toutes les composantes de son offre
- Isoler la variable prix
- Élargir l'offre

Approche pédagogique

- ✓ Support Ecrit et Projection
- ✓ Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- ✓ Brainstorming et Jeux de Rôle
- ✓ Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- ✓ Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- ✓ Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

 25 au 27 Nov. 2026

 Distanciel

 Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Réservation & Renseignements

 **Téléphone** : +212 522 247 210

 **Email** : contact@maroc-performance.com

 **Web** : <https://www.maroc-performance.com>