



APT FORMATION
APPRENDRE POUR TOUS

Durée : 31 heures

Lieu : Dans l'entreprise

Profil des stagiaires :

- Dentistes conseils
- Médecins spécialistes
- Professionnels de santé souhaitant

Pré-requis :

- Être professionnel de santé
- Avoir des notions de base en gestion/organisation
- Motivation à développer des compétences commerciales et relationnelles.

ORGANISATION DE LA FORMATION

Equipe pédagogique

- Formateurs expérimentés

Moyens pédagogiques et techniques

- Documents, supports de formation
- Exposés théoriques
- Étude de cas concrets
- Quiz

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Emargements
- Questions orales et écrites (QCM)
- Mises en situation
- Formulaires d'évaluation de la formation

FORCE DE VENTE



Objectifs pédagogiques

- Comprendre les spécificités de la vente et de la relation commerciale dans le secteur médical.
- Construire un argumentaire de vente clair, éthique et impactant.
- Développer une stratégie de prospection adaptée à leur projet.
- Maîtriser les techniques de communication et de négociation appliquées au milieu de la santé.
- Mettre en œuvre un plan d'action commercial pour la réussite du centre d'ophtalmologie.

CONTENU DE LA FORMATION

Les Fondamentaux de la Vente et du Conseil Médical

- Comprendre les particularités de la relation commerciale dans le secteur médical
- Identifier les différences entre une posture de « vendeur » et une posture de « conseiller-expert »
- Découvrir le marché de l'ophtalmologie en France : acteurs, tendances, opportunités
- Identifier les cibles et parties prenantes d'un projet d'ouverture de centre (patients, praticiens, partenaires institutionnels, investisseurs)
- Réaliser une cartographie des parties prenantes et analyser leurs attentes

Les Techniques de Vente Appliquées au Secteur Médical

- Les étapes du cycle de vente consultative
- Techniques de questionnement adaptées (méthode SPIN Selling)
- L'importance de l'écoute active et de la reformulation dans la relation de confiance
- Les outils de présentation et d'argumentation (storytelling, preuves scientifiques, supports visuels)
- Savoir gérer et transformer les objections (prix, délais, concurrence, crédibilité)
- Exercices pratiques et jeux de rôle pour ancrer les compétences

Les Techniques de Vente Appliquées au Secteur Médical

- Les étapes du cycle de vente consultative
- Techniques de questionnement adaptées (méthode SPIN Selling)
- L'importance de l'écoute active et de la reformulation dans la relation de confiance
- Les outils de présentation et d'argumentation (storytelling, preuves scientifiques, supports visuels)
- Savoir gérer et transformer les objections (prix, délais, concurrence, crédibilité)
- Exercices pratiques et jeux de rôle pour ancrer les compétences

Stratégie Commerciale et Mise en Pratique (8h)

- Élaborer un plan de développement commercial à court, moyen et long terme
- Définir et suivre des indicateurs de performance (KPI : nombre de contacts, rdv, partenariats, taux de conversion)
- Découvrir les outils CRM et les méthodes de suivi relationnel
- Construire un plan de prospection et un argumentaire adapté au projet personnel du participant
- Mise en pratique intégrale : de la prospection à la conclusion d'un accord (jeux de rôle complets)
- Bilan et feedback individualisé pour consolider les acquis et définir les prochaines étapes