

## Les clés de la Vente-Conseil

*Approche Solution, intimité-client et efficacité commerciale*

Durée : 3 jours

21 heures

Tarif : sur devis

Public	Prérequis	Pédagogie
<ul style="list-style-type: none"><li>• Equipes commerciales terrain et sédentaires</li><li>• Equipes technico-commerciales</li><li>• Equipes marketing</li><li>• Equipes projets</li><li>• Consultants</li><li>• Managers et Dirigeants</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Disposer idéalement d'au moins 6 mois d'expérience en commercialisation de produits et/ou solutions</li><li>• Connaître les bases de l'offre produits de l'entreprise du participants</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Découvertes de modèles de vente et de cas concrets</li><li>• Appropriation de méthodes et outils commerciaux</li><li>• Réalisation de cas pratiques et jeux de rôle</li><li>• Elaboration de plans d'action</li></ul>

### Objectifs de la formation

- Maîtriser les étapes de développement commercial
- Savoir présenter et valoriser l'entreprise, créer la confiance dans la marque
- Redécouvrir les notions d'échange et d'écoute avec ses interlocuteurs
- Mener une découverte approfondie du client et identifier l'ensemble des enjeux
- Se positionner en amont des besoins et projets
- Passer de la « vente produit » à la « vente solution »
- Evaluer le potentiel et mesurer les forces en présence
- Différencier les approches en fonction des tailles et potentiels
- Savoir construire une relation partenariale et pérenne
- Installer une « intimité-client »
- Construire une offre commerciale réellement qualitative
- Structurer ses actions et ses priorités pour gagner en efficacité

---

## Apports aux participants

Au travers de thématiques complémentaires et d'ateliers concrets, vivants et progressifs, ces journées de formation vont largement renforcer les capacités commerciales des participants :

- Renforcer la posture et les aptitudes commerciales
- Enraciner durablement des pratiques commerciales solides
- Cibler une appropriation maximale par les équipes (« enracinement »)
- Favoriser le pragmatisme, avec des méthodes accessibles et immédiatement transposables dans le quotidien
- Transmettre des outils directement utiles
- Cibler une application immédiate dès la fin de la formation
- Favoriser le développement de chacun dans ses propres capacités commerciales

Une approche à la fois concrète, pragmatique et expérientielle, qui sera à même d'enraciner durablement les meilleures réflexes business et les meilleures postures commerciales au sein des équipes.

---

## Méthode pédagogique

Cette formation sera organisée et animée autour de nombreuses séquences, dont le rythme et la variété préservent une réelle dynamique malgré l'intensité des informations partagées :

- De courtes séquences de formation vivantes et dans une logique de progression (fil conducteur)
- De nombreux ateliers et jeux de rôle en sous-groupes tout au long de la journée
- Des exercices à la fois pratiques et courts, centrés sur des thématiques et des cas précis en lien avec le fil conducteur, incluant des scénarios et des cas business concrets

A l'issue de la formation, 2 évaluations sont réalisées :

- Une auto évaluation « à chaud » sous forme de « feuille de route » individuelle réalisée par chaque apprenant et pouvant donner lieu à un échange post-formation avec le consultant-formateur
- Une évaluation globale de la formation, réalisée volontairement « à froid » dans les 10 jours suivant la formation

Cette formation est accessible aux personnes handicapées ; nous vous invitons à nous contacter. Avec l'aide de notre référent handicap nous serons en mesure d'identifier les ajustements ou adaptations nécessaires à prendre en compte dans notre animation.

---

## Programme

### APPROCHE CLIENT

#### Savoir présenter et valoriser l'entreprise

- Maîtriser l'elevator pitch
- Intégrer des arguments clés
- Gagner en confiance et développer la fierté

#### Savoir mener une découverte approfondie du client

- Préparer son RDV
- Savoir écouter
- Savoir questionner et rebondir

#### Tisser des liens et « rayonner » chez le client

- Approcher les interlocuteurs avec pertinence
- Identifier la bonne posture pour instaurer relation et confiance
- Accroître l'intimité-client

#### Se positionner en amont des besoins et projets

- Remonter dans la chaîne de décision

#### Evaluer le potentiel et mesurer les forces en présence

#### Passer de la « vente catalogue » à la « vente solution »

- Capter l'ensemble des enjeux client
- Se positionner dans une logique globale

#### Valoriser et créer la confiance dans la marque

- Argumentation
- Négociation
- Défendre ses marges
- Point de rupture

### MÉTHODE

#### Appréhender les étapes clés du développement commercial

- Appréhender les étapes de la vente
- Etablir un ordre des priorités
- Savoir faire un état des lieux
- Faire un état des lieux des forces et des faiblesses

#### Appréhender les 3 types d'approche commerciale

- Fidélisation
- Vente additionnelle
- Conquête

#### Différencier les approches en fonction des tailles et potentiels

- PME-, PME+, ETI-, ETI+, grands comptes (accords cadre)

#### Savoir segmenter son portefeuille pour identifier les potentiels réels

#### Structurer ses actions et ses priorités

- Construire son PAC – Plan d'Action Commercial

### EFFICACITÉ

#### Gagner en efficacité en optimisant le plan d'action et plan de charge

#### Tirer parti des nouveaux outils

- Le rôle majeur de l'ERP dans le travail du commercial
- Savoir utiliser l'IA pour gagner en temps et efficacité