

Les clés de la Vente-Conseil

Approche Solution, intimité-client et efficacité commerciale

Durée : 3 jours

21 heures

Tarif : sur devis

Public

- Equipes commerciales terrain et sédentaires
- Equipes technico-commerciales
- Equipes marketing
- Equipes projets
- Consultants
- Managers et Dirigeants

Prérequis

- Disposer idéalement d'au moins 6 mois d'expérience en commercialisation de produits et/ou solutions
- Connaître les bases de l'offre produits de l'entreprise du participants

Pédagogie

- Découvertes de modèles de vente et de cas concrets
- Appropriation de méthodes et outils commerciaux
- Réalisation de cas pratiques et jeux de rôle
- Elaboration de plans d'action

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