

Développer ses ventes en B to B

Objectifs

Permettre à chaque commercial de s'approprier et de se ré-approprier une méthodologie globale pour structurer ses entretiens de vente et optimiser ses résultats. Allier savoir faire et savoir être pour des résultats performants. Maîtriser les techniques de vente : écoute active, questionnement, reformulation, argumentation.

Contenu

JOUR 1- MATIN

PREPARER LA VISITE AUPRES D'UN PROSPECT

- Préparer les objectifs de la visite. Anticiper les entretiens.

DIAGNOSTIQUER L'ENVIRONNEMENT DU PROSPECT

- Vérifier l'environnement intérieur et extérieur du client, compléter ses informations, valider sa préparation.

JOUR 1- APRES-MIDI

CREER UN CONTACT ADAPTE

- Créer le climat de confiance, susciter l'intérêt, s'intéresser à son interlocuteur en adoptant les bons comportements : règle des 4 x 20, techniques de communication positive.

METTRE EN PLACE LA DECOUVERTE DU PROSPECT

- Différencier besoins et motivations
- S'approprier les techniques et comportements de découverte : SONCAS, différents types de questions, écoute active, reformulation.
- Créer un entonnoir de découverte efficace.

JOUR 2- MATIN

ARGUMENTER SUR LE PRODUIT OU SERVICE

- Savoir créer un argumentaire C.A.P (Caractéristiques. Avantages. Preuves).
- Argumenter en s'appuyant sur sa découverte.
- Adapter son argumentation pour gagner en force de conviction.

TRAITER EFFICACEMENT LES OBJECTIONS

- Apprendre à accepter l'objection et à l'identifier pour la traiter efficacement.
- S'approprier les techniques de traitement des objections.
- Savoir traiter spontanément les objections les plus fréquentes.

JOUR 2- APRES- MIDI

CONCLURE LA VENTE

- Repérer les feux verts, engager le client, verrouiller chaque point de la vente.
- Quitter le client dans état d'esprit « gagnant-gagnant ».

CONSOLIDER SA VENTE

- Analyser sa vente.
- Compléter les informations clients.
- Remonter les informations à l'entreprise, se fixer des objectifs pour la visite suivante.

Développer ses ventes en B to B

Approche pédagogique & Evaluation

Une formation en présentiel de 2 jours en s'appuyant sur les besoins détectés et les attentes exprimées en amont, afin que chacun se sente entendu, en favorisant la synergie entre les participants, à partir des expériences de chacun par:

- des mises en situations /jeux de rôle filmés afin que chacun expérimente la méthode, les techniques et les comportements abordés,
- des travaux individuels, en binômes ou sous groupes pour réfléchir et partager les points de vue, les connaissances, les outils.

- **2 x 1 jour de formation en présentiel** Cette option a l'avantage d'éviter le phénomène de saturation et permet aux stagiaires durant l'intersession (de 1 à 2 semaines maximum) de mettre à profit les enseignements en situation réelle, tester et vérifier leurs acquis. Ils disposeront de recul et d'un temps de réflexion pour formuler de nouvelles attentes, faire part de suggestions et revenir sur des thèmes s'ils le jugent à propos.

Evaluation

En amont :

-un entretien téléphonique individuel de 30 mn ou un questionnaire pour évaluer le niveau de connaissances, définir les attentes des participants et les objectifs à atteindre

Pendant la formation :

-des exercices pratiques réalisés par l'apprenant.

A la fin de la formation :

-évaluation sommative.

Au terme de la session :

- une évaluation à chaud pour le(s) apprenant(s)
- un entretien téléphonique à l'initiative du salarié 3 à 6 mois après la formation (ou une évaluation à froid pour le Manager (N+1) du/stagiaire.

Attestation de formation

Pré- requis

Cette formation ne nécessite pas de pré-requis

Public

Force de vente

Intervenant

Consultant en prospection, vente et négociation.

Durée

2 jours (14h)
Selon diagnostic

Référence

VENTE-NEGO- 002
Présentiel ou distanciel
(individuel – groupe)

Effectif : 8 stagiaires maxi

Délai d'accès : 1 semaine avant le démarrage de la formation