

PROFESSIONNALISER VOS TECHNIQUES DE VENTE ET DE PROSPECTION

ACCROITRE SES PERFORMANCES COMMERCIALES

PROGRAMME DE LA FORMATION

IDENTIFIER LES ÉTAPES DU PARCOURS CLIENT BTOB

- › Les phases de la prospection
- › Les phases de vente / négociation
- › Les phases du SAV (expérience client, vente additionnelle)

RÉUSSIR SA PROSPECTION BTOB

- › Élaborer la cartographie de votre prospect
 - l'activité, les décideurs et leurs coordonnées
 - l'actualité du prospect et les perspectives de son secteur d'activité
 - les méthodes permettant d'optimiser les recherches d'informations sur les prospects

Cas pratique : élaborer la cartographie d'un de vos prospects

- › La prise de contact
 - les différentes approches (mail, téléphone, autres)
 - le mail centré client "toi-moi-nous"

Cas pratique : rédiger le mail "toi-moi-nous" de votre prospect

RÉUSSIR SON R1 (CLIENT ET/OU PROSPECT)

- › Présenter sa valeur ajoutée et se différencier
- › Réaliser une découverte centrée client
 - la marguerite de la découverte en mode approche globale
 - l'approche globale d'un prospect versus celle d'un client
 - mettre en œuvre les techniques de questionnement

Expérimenter | Jeux de rôle : s'entraîner à présenter sa valeur ajoutée et se différencier

Appliquer | Cas pratique : rédiger ses questions de découverte

Expérimenter | Jeux de rôle : s'entraîner à réaliser son R1

- › Reformuler les besoins identifiés

Expérimenter | Jeux de rôle : s'entraîner à reformuler en mode "centré client"

RÉUSSIR SON R2 (CLIENT ET/OU PROSPECT)

- › Argumenter ses solutions en restant centré client

Appliquer | Cas pratique : construire son argumentaire "centré client"

Expérimenter | Jeux de rôle : s'entraîner à argumenter "centré client"

- › Identifier la différence entre convaincre et persuader

Appliquer | Cas pratique : compléter son argumentation avec des arguments "persuader"

Expérimenter | Jeux de rôles : s'entraîner à persuader le client et/ou prospect

- › Traiter les objections et garder le lead en toute situation
 - les techniques qui permettent de garder le lead en toute situation

Expérimenter | Jeux de rôle : s'entraîner à garder le lead en traitant les objections

Expérimenter | Jeu : la bataille des objections

OCCUPER L'ESPACE COMMERCIAL POST VENTE

- › Quelle périodicité de contact post-vente ?
- › Quel contenu de contact post-vente ?

Évaluer | Rédiger un plan d'action d'application terrain post-formation

OBJECTIFS

Mettre en œuvre les étapes du parcours client BtoB.
 Réussir sa prospection BtoB.
 Réussir ses R1 BtoB.
 Réussir ses R2 BtoB.

LES PLUS DE CETTE FORMATION

Une formation pratico-pratique, opérationnelle centrée sur le quotidien des commerciaux. Des postures et techniques à mettre en application dès la fin de la formation.

PUBLIC ET PRÉREQUIS

Commerciaux BtoB tout secteur d'activité

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES, ENCADREMENT

Un questionnaire sur les attentes des participants est adressé 15 jours avant le début de la formation. Les méthodes pédagogiques incluent des apports théoriques et pratiques, un travail sur des cas concrets et des exemples d'application. Un support pédagogique est remis à chaque participant, et un accès personnel en ligne permet d'accéder à des e-ressources à l'issue de la formation. Nos consultants sont sélectionnés pour leur expertise métier, leurs compétences pédagogiques et leurs expériences professionnelles.

SUIVI ET ÉVALUATION

Feuille d'émergence et attestation de fin de formation
 Évaluation à chaud et à froid

TARIFS

1 490 € HT - Réf : MPC-PROV

Validité : 30 juin 2025

PROCHAINES SESSIONS

Paris Montparnasse :
 les 10 et 11 février 2025
 les 9 et 10 avril 2025
 les 13 et 14 novembre 2025

