



Vendre ses prestations CPF_40H

Durée : 40h en distanciel

Prix : 2 870 €

- E-learning 15h
- Travail personnel 10h
- Accompagnement augmenté® 12h
- Certification 3h

Les objectifs de la formation



- Structurer sa stratégie de prospection et obtenir des rendez-vous qualifiés
- Adapter son comportement à son interlocuteur et mener un entretien constructif
- S'approprier les techniques de chaque étape du processus de vente
- Négocier les conditions de la vente et développer sa marge

Public visé

Experts dans les métiers du conseil, de l'ingénierie et du numérique amenés à vendre des prestations intellectuelles qui veulent ajouter à leurs compétences métier de professionnel en B to B, les compétences-clés pour réussir dans leur mission de vente.

Pré-requis

Connaitre son offre commerciale

Le contenu de la formation



1. Structurer sa stratégie de prospection et obtenir des rendez-vous qualifiés

- Les méthodes et outils de prospection à l'heure du digital
- Les ingrédients d'un profil LinkedIn qui inspire confiance
- La prise de contact par mail, par téléphone et dans les réseaux physiques
- Le script des appels de prospection téléphonique et les actions associées



- 2. Adapter son comportement à son interlocuteur et mener un entretien constructif**
 - Son comportement dominant et la compréhension de celui des autres
 - Les préférences de chaque comportement dans la démarche commerciale
 - Les bonnes pratiques de la communication verbale, para-verbale et non verbale au service de la vente
 - Les outils de l'écoute et de l'existence dans la démarche commerciale

- 3. S'approprier les techniques de chaque étape du processus de vente, à l'oral et à l'écrit**
 - La conduite de l'entretien avec la méthode LEAD®
 - La découverte avec les questions à forte valeur ajoutée
 - L'argumentation adaptée aux besoins et motivations
 - Le traitement des objections avec la méthode CNZ
 - La rédaction d'une proposition commerciale persuasive

- 4. Négocier les conditions de la vente et développer sa marge**
 - La préparation de sa stratégie de négociation
 - Le démarrage de la négociation et la défense de sa proposition
 - La limite des concessions et l'obtention de contreparties
 - Le déroulement de l'entretien de négociation avec la méthode DEAL®

Formateur



Animée par Corinne PICHOUUD - [Parcours de la formatrice](#)

Toutes les informations utiles



Admission à la formation

Sur dossier comprenant questionnaire et un entretien

Accessibilité

Nous avons la volonté d'intégrer les personnes en situation de handicap. Nous analysons leur handicap avec le participant et mettons en œuvre des solutions adaptées. Besoin de plus d'informations ? Voici les coordonnées de notre correspondant handicap : Corinne PICHOUUD - cpichoud@sapio.fr

Pour l'épreuve de certification, selon la situation de handicap du candidat et afin de garantir l'égalité des chances entre les candidats, un aménagement des modalités de l'évaluation sera étudié au cas par cas, avec le référent handicap HALIFAX et SAPIO : accessibilité, allongement de la durée de l'épreuve



Moyens et supports pédagogique

- E-learning ciblé et interactif sur des méthodes éprouvées
 - o Méthode LEAD® : 5 modules de 60 mn
 - o Leviers de l'influence : 7 modules de 15 mn
 - o Méthode DEAL® : 5 modules de 60 mn
 - o Péchés Capitaux : 7 modules de 15 mn
 - o Serious game de 90mn
- Mobile LearningQstream pour ancrer les compétences de vente et négociation
- Formation 100% distancielle et individualisée
- Exercices pratiques avec débriefing, feed-back et approfondissement
- Retour d'expérience sur les méthodes appliquées dans le contexte professionnel de l'apprenant
- Mise en situation synchrone
- Accompagnement augmenté avec le consultant

Modalités d'évaluation et de suivi

Avant la formation : entretien sur le contexte de sa mission commerciale, de ses enjeux et expression de ses attentes

Pendant la formation

- Réunion de lancement et planification du parcours
- Auto-positionnement pré-formation de ses compétences
- Debriefing des travaux personnels de l'intersession
- Mises en situation avec feedback immédiat
- Simulation d'un entretien de vente et auto-positionnement post formation de ses compétences avant présentation à l'épreuve de certification

Epreuve de certification réalisée auprès du certificateur Halifax Consulting qui valide les compétences acquises lors du parcours de formation

- Visio de 3h avec 3 entretiens à partir d'un cas
- Pour chacun des 3 jeux de rôles, les compétences observées par le Consultant Halifax seront celles des étapes parcourues lors des e-learning et des sessions de formation sur la Prospection, la Vente et la Négociation

Après la certification

Vous êtes titulaire du certificat « **Prospecter, vendre et négocier en présentiel ou à distance - RS5382** » reconnu par l'Etat et les entreprises et déposé au Registre Spécifique de France Compétences.

Vous avez acquis les 10 compétences suivantes :

1. Organiser sa prospection et ses prises de rendez-vous, en vue d'optimiser son "temps productif commercial", et d'accroître son potentiel de cibles par la génération de leads grâce aux outils CRM et social selling
2. Prendre des rendez-vous par téléphone avec assurance en formalisant son scénario d'appel et en répondant aux objections avec aisance afin de pouvoir atteindre son interlocuteur et le convaincre d'accepter le rendez-vous.



3. Mener le 1er entretien de prospection à l'aide d'un plan d'entretien et de questionnement spécifique qui implique le prospect afin qu'il prenne conscience de ses besoins de changement.
4. Démontrer rapidement sa différence pour rassurer son client, en adaptant sa présentation personnelle et celle de son entreprise selon le contexte et le profil de son interlocuteur, et en valorisant sa propre expertise et sa capacité à apporter de la valeur ajoutée pour ouvrir le dialogue sur de bonnes bases.
5. Développer son questionnement en variant les types de questions, en différenciant la demande exprimée du besoin réel pour explorer efficacement les enjeux.
6. Produire une argumentation différenciante et adaptée à son client en développant sa force de conviction et sa technique oratoire et en surmontant les objections pour conclure positivement en engageant son interlocuteur.
7. Préparer la négociation en analysant les points forts et les points faibles de chaque partie et en résistant aux "péchés capitaux" de la négociation afin de rétablir le rapport de force et en vue d'affronter les négociations en contexte difficile.
8. Défendre sa position initiale en vue de réduire les ambitions de son interlocuteur puis l'engager progressivement sur les points d'accord, en évitant les pièges.
9. Obtenir des contreparties de la part de son client avant d'accorder des concessions, en les adaptant à la nature des concessions demandées, pour avancer vers la conclusion de la négociation en limitant ses efforts par des concessions symboliques.
10. Être capable de vendre à distance en visio auprès d'interlocuteurs B to B, en maîtrisant la production technique et en structurant ses rendez-vous pour gagner en impact et en efficacité commerciale.

