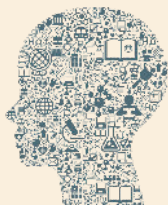


Pack de formation-action à la vente robuste



Vos prestations sont complexes



Vous vendez de la matière grise et de l'immatériel



La prestation est coconstruite avec le client



Vous facturez du temps/homme-ou-femme par profil



Vous n'êtes pas toujours à l'aise avec vos prix de vente



Rendez votre entreprise viable malgré les fluctuations



A l'issue de cette formation, vous avez les clés pour trouver les clients avec qui vous aimez travailler et les fidéliser.

Dès les premières semaines, vous observez les résultats de ces nouveaux outils opérationnels.

* la vente robuste fait référence au concept de robustesse développé par Olivier Hamant

En associant le concept de robustesse* à la démarche commerciale, vous vendez mieux vos prestations et pérennisez votre entreprise.

Vous avez ainsi les moyens de continuer à avoir un impact positif sur l'environnement.

Devenez un expert qui vend et prenez plus de plaisir dans votre mission commerciale

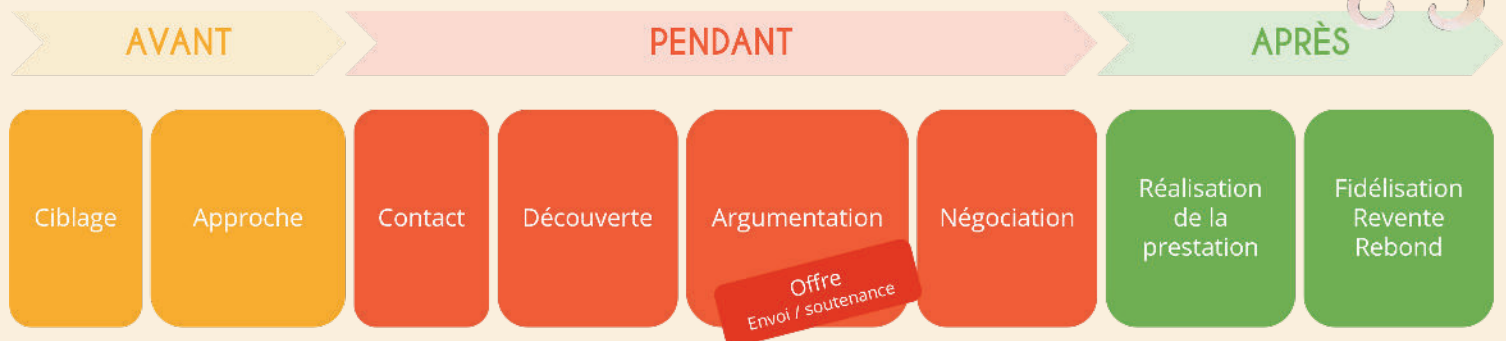
Avec une formation-action de 35h sur 8 mois

Vous allez découvrir qu'il y a aussi des techniques dans la vente et ajouter de nouvelles compétences à votre expertise métier



Soyez plus agile

sur chaque étape de votre processus de vente

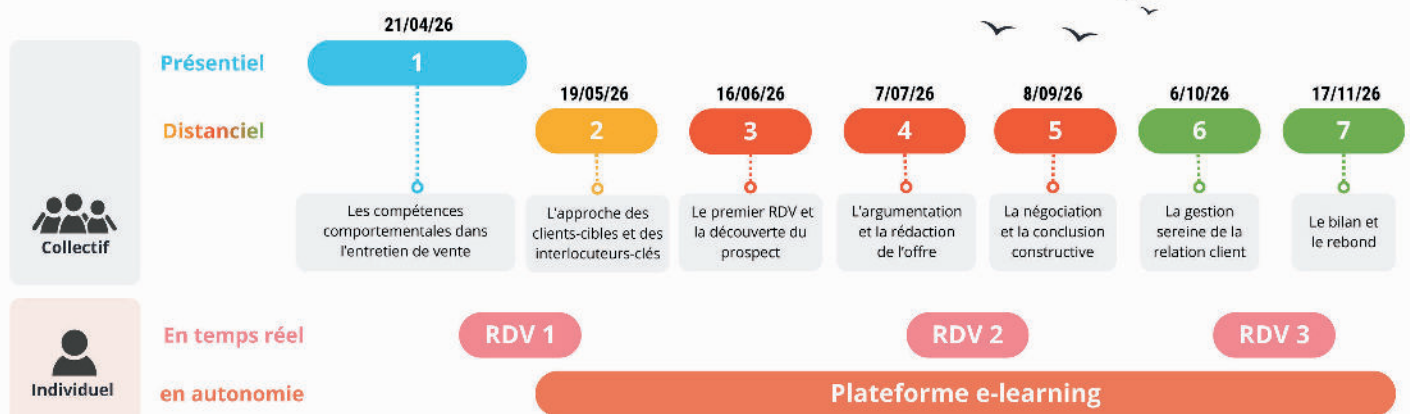


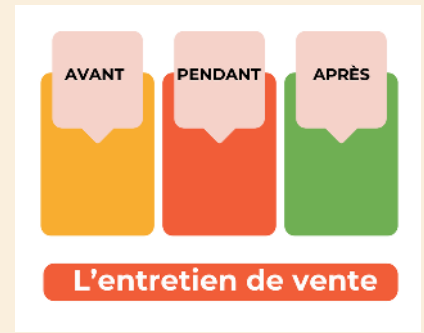
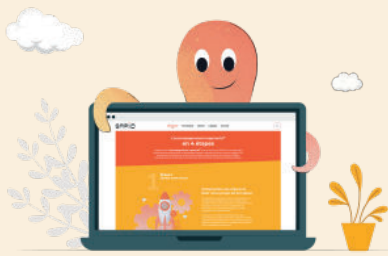
Les objectifs de la formation

- Prospecter les marchés cibles et les interlocuteurs-clés
- Appliquer les techniques et comportements à chaque étape de l'entretien de vente
- Renforcer l'impact de sa communication pour vendre en étant soi-même
- Gagner en confiance pour réussir dans sa mission commerciale

Déroulé & modalités

PACK DE FORMATION-ACTION À LA VENTE ROBUSTE





Le contenu de la formation

1. Les compétences comportementales dans l'entretien de vente

- La grille de lecture pour mieux se connaître et comprendre le comportement des autres
- Les besoins fondamentaux et la prise de décision liés aux 4 grands types de comportements
- L'adaptation de son comportement à celui de son interlocuteur
- Les bonnes pratiques de la communication à l'oral et à l'écrit
- Comment donner plus d'impact à sa communication en étant soi-même
- L'écoute et l'existence pour un dialogue constructif
- Le pilotage des échanges dans une relation adulte-adulte

2. L'approche des clients-cibles et des interlocuteurs-clés

- L'identification et la qualification des prospects
- La prise de rendez-vous qualifiés par email et téléphone
- La prise de contact par LinkedIn
- Les salons professionnels exposant et visiteur
- Les réseaux professionnels physiques

3. Le premier RDV et la découverte du prospect

- Le démarrage de l'entretien avec un TOP
- Comment se présenter et parler de son entreprise
- Les questions à se poser avant la rencontre
- La découverte du client avec des questions à forte valeur ajoutée
- La différence entre maux de tête et besoins
- Les motivations avec SONCASE
- L'analyse des besoins avec la matrice ACDE

4. L'argumentation et la rédaction de l'offre

- La méthode BAC pour argumenter en fonction de ce que vous avez découvert
- La recherche et la préparation des arguments-clés
- L'accueil et le traitement des objections avec la méthode CRAC
- La préparation de la justification du prix plus élevé
- Les différences entre devis et offre commerciale
- La rédaction et la forme d'une offre impactante

5. La négociation et la conclusion constructive

- Les signaux d'achat et les techniques de conclusion
- Oser prendre le lead pour conclure
- Le changement de processus entre la vente et la contractualisation
- La négociation avec la méthode DEAL
- La préparation des conditions et des contreparties
- Objectiver pourquoi le client vous choisit

6. La gestion sereine de la relation client

- La prestation technique et la prestation relationnelle
- Les moments de vérité dans la relation client-prestataire
- La réunion de lancement et le cadrage de la mission
- Oser dire avec la méthode FOCA
- La gestion des situations délicates
- Le pouvoir de décision et d'influence avec le GRID
- La vente d'avenants au contrat initial

7. Le bilan et le rebond

- La réunion de bilan et le retour d'expérience
- Le recueil de témoignage et de cas clients
- La rédaction et l'analyse de réalisations probantes
- L'entretien de recommandation pour des prospects cibles
- L'identification de nouvelles pistes d'affaires

