



INTITULE DE LA FORMATION :

« Vente B to B »

Formation visant la certification, inscrite au RSCH et délivrée à INEA
Conseil sous le numéro RS6241

Objectifs :

La certification s'adresse aux personnes exerçant une fonction non-commerciale en entreprise (consultants, experts, ingénieurs...), et qui sont amenées à prendre la responsabilité de vendre eux-mêmes leurs offres et solutions auprès des prospects et clients.

Les certifiés pourront ainsi participer au développement commercial de leur entreprise et apporter de nouvelles possibilités de ventes, ceci bénéficiant à toute l'organisation.

Objectifs Pédagogiques :

- Etre capable de valoriser son offre en mobilisant les différentes formes de réseaux dont les réseaux sociaux et LinkedIn
- Réaliser l'entretien de vente auprès du client , en argumentant et traitant avec pédagogie les incompréhensions et objections émises ,
- Conclure la vente en créant la confiance par son professionnalisme , afin de rassurer et conforter le client dans son choix et sa décision.
- Structurer un processus de suivi des ventes en B to B afin de vérifier la concordance des activités entre la production et la relation client afin que la promesse soit tenue jusqu'au bout .

Public concerné :

La certification s'adresse à des personnes exerçant une fonction non-commerciale en entreprise (consultants, experts, ingénieurs...), et qui sont amenées à prendre la responsabilité de vendre eux-mêmes leurs offres et solutions auprès des prospects et clients.

Caractéristiques et Modalités :

Le Formateur : Bertrand Bugnicourt, 14 d'expérience en tant que formateur, 12 ans d'ingénierie commerciale, Consultant formateur certifié et gérant de l'organisme de formation BBetter certifié Qualiopi.

Prérequis : 2 ans d'expérience professionnelle

- Durée totale : Selon modalités pédagogiques et niveau des stagiaires.
- Durée de la formation : 3 jours (21h) ou sessions ½ journée
- Horaires : de 9H00 à 12H30 et de 13H30 à 17H00
- Sessions de 8 personnes maximum
- Lieu : A distance via Teams

Moyens et Méthodes pédagogiques :

- Moyens : Support pédagogique (diaporama powerpoint, paper board)
- Méthodes : Travaux de groupe, échange et interactivité, mises en situation pratiques, échanges de bonnes pratiques
- Effectif formé : A déterminer

Suivi et Evaluation :

Évaluation 1 : Rapport écrit sur les techniques de vente (trouver des clients et gérer en autonomie des activités de vente) 2H (Coeff. 2)

Évaluation 2 : Mise en situation orale enregistrée sur les techniques de vente 1H (Coeff. 2)

Évaluation 3 : Questionnaire via plateforme sécurisée ou administré en direct, sur les techniques de vente 1H (Coeff. 1)

Candidat en situation de handicap :

Dans le cadre du respect du règlement d'examen, tout candidat peut saisir le référent handicap du certificateur pour aménager les modalités d'évaluation et obtenir l'assistance d'un tiers lors de l'évaluation.

Les supports et le matériel nécessaires à la réalisation des évaluations pourront être adaptés. Sur conseil du référent handicap et dans le respect des spécifications du référentiel, le format de la modalité pourra être adaptée.

Module 1:

Comment analyser ses avantages concurrentiels, construire son pitch et son argumentaire de manière efficace et adapté ?

1. Présentation, Objectifs et introduction à la posture de consultant indépendant
2. Les grands principes du commerce « Gagnant/Gagnant » et de la posture « d'expert/conseil »
3. Comment construire sa marque propre et renforcer son image ?
Identification des principaux différenciateurs et point forts
4. Mise en pratique et mise en situations débriefées
5. Introduction au process commercial (ou plan de vente) en donnant du sens à chacune des étapes

Module 2 :

Comment générer du contact et des Rdvs qualifiés en utilisant les moyens les + adaptés de prospection ? (Recommandations, phoning qualifié, réseaux sociaux

1. Les différents Moyens de générer des contacts et des rdvs
Avantages et inconvénients
2. Le ciblage, la qualification et l'identification des « Buyers Personae » propre à l'activité de chacun
3. Le réseau, où l'art de se faire recommander
4. Le phoning qualifié
5. Le social selling
 - a. Optimisation des profils linkedin
 - b. Mise en œuvre d'une stratégie de communication et de prise de rdv personnalisée
 - c. Mise en pratique et conseil personnalisé

Module 3 :

Comment mettre en confiance son interlocuteur, découvrir ses besoins conscients et inconscients et valoriser une offre créatrice de valeur ?

1. La préparation du premier RDV

2. Le « Bris de Glace » ou « comment créer le contact en visio ou en présentiel sur le début d'un rdv » ?

- Savoir Faire et Savoir-Être
- Cas pratique

3. Présentation Entreprise et pitch personnel

- Objectifs
- Etude des valeurs et différenciateurs de l'entreprise
- Co construction sur plaquette et Powerpoint
- Sketches pratiques en visio

4. La Découverte des Besoins client

- Objectifs
- Savoir Faire et Savoir Etre
- Création personnalisée du plan de découverte
- Création du questionnaire personnalisé
- Savoir Faire et Savoir Etre

A l'issue de ces 3 premiers modules, le participant sera en mesure :

- *d'identifier les grands principes du commerce moderne*
- *de construire sa « marque propre » et de développer son réseau*
- *de renforcer son image et de développer ses contacts via les réseaux sociaux*
- *de créer la relation de confiance*
- *de présenter et de valoriser son Entreprise, sa démarche et sa propre personne.*

Module 4:

Comment dérouler un plan de vente, mettre en avant son offre et son accompagnement en l'adaptant au mieux au besoin du prospect ?

1. Retour sur le plan de vente
 - Le traitement et l'analyse des besoins client
 - La conception de l'offre personnalisée et du projet d'accompagnement
 - Conseils personnalisés sur le fond et la forme utilisés

2. L'Argumentation des besoins client
 - Analyse des différents « SONCASE » Client
 - Création personnalisée de l'argumentaire en CAP/SONCASE

3. Sketches pratiques personnalisés

Module 5:

Comment aller au bout de la démarche en validant un accord écrit après avoir rassuré ses interlocuteurs sur sa légitimité et son engagement professionnel ?

1. La présentation et la valorisation de l'offre en entonnoir
 - Le Traitement des objections
 - Savoir Faire et savoir être
 - Sketches pratiques

2. La phase de négociation
Identification des marges de manœuvre pour aller vers le gagnant/gagnant durable
 - Cas concrets
 - Principales techniques de « closing »

- Savoir Etre et Savoir Faire

3. Mise en situations individuelles sur la base de cas concrets

Module 6:

Comment mettre en place une démarche de fidélisation et suivi client permettant de réguler l'accompagnement et d'être en phase sur la durée avec ses attentes ?

1. Co construction du plan d'actions et des échéances de mise en œuvre du projet chez le client, critères de segmentation client

2. Identification et mise en œuvre des différentes étapes pour mener à bien le projet.

3. Identification des critères (coûts, délais, qualité) qui favoriseront la réussite du projet

4. Les rdvs de suivi : suivi de l'atteinte des objectifs, régulation et recadrage si besoin sur la base des engagements écrits

Savoir dire « NON »,

Prise de confiance en soi pour établir une relation équilibrée

5. Le rdv de Bilan avec le commanditaire et les parties prenantes.

- Mesure de la satisfaction client
- Suite à donner avec de nouvelles missions à co construire et stratégie de fidélisation client

6. Mises en situation personnalisées

A l'issue des 3 derniers modules, le participant sera en mesure :

- de découvrir les besoins de son prospect
- de convaincre son prospect du bien-fondé du partenariat.
- de répondre aux Objections et de dérouler le plan de vente dans sa globalité
- de construire une offre adaptée aux besoins du prospect
- de valoriser son offre, de la négocier et de la signer
- de positionner des échéances avec son client, co construire et réguler le projet en fonction des contraintes évolutives et des critères de réussite
- de mener à bien le projet et animer les différentes réunions intermédiaires
- de mesurer la satisfaction des commanditaires
- de générer de nouveaux projets en s'appuyant sur le travail déjà réalisé et la satisfaction client