

▶ Développement des Compétences Commerciales
 ▶ Formation en Intra-entreprise



La vente stratégique

2 jours
 [14 heures]
 DCCMK256



plan de cours disponible à l'adresse <http://www.adhara.fr/rh-dccmk256.aspx>

OBJECTIF

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Qualifier un projet
- Identifier et traiter les quatre influences d'achat différentes, présentes dans toute vente
- Etablir un contact avec les décideurs et éviter ceux qui n'ont pas le pouvoir
- Reconnaître les signaux d'alarmes qui indiquent qu'une vente est compromise.
- Eviter les mois creux en allouant son temps aux trois tâches critiques de la vente.

PUBLIC

Commerciaux qui vendent en grands comptes ou dans des environnements multi décideurs.

PÉDAGOGIE

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion et de confrontation d'expériences.

Des exercices pratiques accompagnent les apports théoriques et permettent un entraînement concret.

RÔLE DU FORMATEUR

Le formateur est attentif à ce que chaque participant s'approprie méthodes et outils. Il pratique un accompagnement comportemental personnalisé à chaque apprenant par des méthodes d'écoute et de questionnement.

OUTILS UTILISÉS

selon les besoins de la formation

Écoute active

P.N.L. (programmation neuro-linguistique) et A.T. (analyse transactionnelle) Systémique (analyse des systèmes)

Vidéo - jeux de rôles et analyse - Les jeux vidéos sont pris dans la pratique des personnes dans leurs vécus

Télévision et caméra

Un support de cours est distribué à chaque participant.

POINTS FORTS

Chaque participant recevra avant le stage un document sur lequel il précisera ses attentes. Ce document permettra au formateur d'orienter la formation en fonction des objectifs de chacun.

CONTENU

FORMATION CATALOGUE RESSOURCES HUMAINES



La vente stratégique

2
jours
[14 heures]
DCCMK256



plan de cours disponible à l'adresse <http://www.adhara.fr/rh-dccmk256.aspx>

- 1 Les 6 éléments de la vente stratégique**
- 2 La vente gagnante.**
- 3 Le profil du client idéal.**
- 4 Analyse d'opportunité de l'affaire (Go /No-Go / Go-if)**
- 5 Le contexte de l'affaire.**
- 6 Le schéma décisionnel.**
- 7 Les influences de décision.**
- 8 Les types d'influences et leur rôle.**
- 9 Gain d'entreprise / motivation personnelle.**
- 10 Définir la stratégie d'approche client.**
- 11 Atteindre l'acheteur économique (stratégie et tactique)**
- 12 Le coach**
- 13 Les drapeaux rouges (points faibles/menaces)**
- 14 Conduire son plan d'action tactique jusqu'au résultat.**

► Développement des Compétences Commerciales
► Formation en Intra-entreprise



La vente stratégique

2
jours
[14 heures]
DCCMK256



plan de cours disponible à l'adresse <http://www.adhara.fr/rh-dccmk256.aspx>

► Développement des Compétences Commerciales
► Formation en Intra-entreprise



La vente stratégique

2
jours
[14 heures]
DCCMK256



plan de cours disponible à l'adresse <http://www.adhara.fr/rh-dccmk256.aspx>

► Développement des Compétences Commerciales
► Formation en Intra-entreprise



La vente stratégique

2
jours
[14 heures]
DCCMK256



plan de cours disponible à l'adresse <http://www.adhara.fr/rh-dccmk256.aspx>

15 Le processus de vente et la gestion des priorités.

16 La gestion du portefeuille d'affaires et « l'entonnoir de vente » ~ Transposition sur un projet en cours