

Cursus Ecole de ventes B2B

Modalité : Présentiel

Durée : 6 jours (42 h)

Tarif : 9 600 € HT

Effectif : 12 participants maximum

Délai d'accès : Variable selon la personnalisation de la formation. Un délai vous sera communiqué à l'issue de l'étude du recueil des besoins.

Format à distance possible : le déroulé est alors reconçu pour la classe virtuelle. Nous consulter.

■ OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Préparer et organiser ses actions commerciales : cibler ses prospects à fort potentiel et bâtir un plan de contacts multicanal.
- Structurer et conduire ses rendez-vous commerciaux avec méthode.
- Mener une découverte client approfondie par l'écoute et le questionnement, et identifier les leviers de décision.
- Construire et présenter une proposition de valeur claire, impactante et différenciante.
- Négocier en préparant ses marges et ses contreparties, et les défendre par des concessions équilibrées.
- Traiter les objections finales et conclure la vente avec assertivité.

■ PUBLIC VISÉ

- Commerciaux B2B
- Commerciaux B2B
- Commerciaux B2B

■ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Connaître les méthodes de ciblage, de cartographie et d'organisation d'un plan de contacts multicanal.
- Connaître les techniques de structuration et de conduite d'un entretien commercial.
- Comprendre les techniques de découverte (écoute, questionnement) et les leviers de décision d'un client.
- Connaître les principes d'une proposition de valeur différenciante et d'une argumentation centrée sur les motivations.
- Comprendre les techniques de préparation et de conduite d'une négociation (marges, contreparties, concessions).
- Connaître les méthodes de traitement des objections et de conclusion d'une vente.

■ PRÉREQUIS

Aucun

■ CONTENU DÉTAILLÉ

Jour 1 – Préparer sa prospection

Introduction & cadrage . 9h00–9h30

Réussir la préparation de ses rendez-vous (cartographie, plan d'action).

Atelier : cartographier son réseau et rédiger son plan d'action. **ATELIER / MISE EN PRATIQUE**

L'organisation de sa prospection : différencier client satisfait vs fidèle, occuper l'espace commercial à distance.

Jour 2 – Optimiser son organisation

Construire un plan de contacts multicanal (mail, téléphone, périodicité, contenu).

Atelier : structurer et organiser son plan de prospection. **ATELIER / MISE EN PRATIQUE**

Comment obtenir recommandations et ancrer la marque auprès des prospects.

Plan d'action individuel & engagement personnel.

Module 2 – Découverte & Proposition de valeur

Jour 1 – Réussir ses découvertes

Introduction & cadrage . **9h00–9h30**

La marguerite de la découverte globale (clients existants & prospects).

Comprendre la différence entre besoin & motivation.

Atelier : identifier motivations et rédiger questions d'entretien. **ATELIER / MISE EN PRATIQUE**

Jour 2 – Construire sa proposition de valeur

Trame de présentation des solutions.

L'argumentation MMS (Motivations – Moyens – Solutions).

Cas pratique : construire une argumentation centrée sur les souhaits du client

ATELIER / MISE EN PRATIQUE

Présentation de sa proposition devant le groupe & feedback collectif.

Module 3 – Négociation & Conclusion

Jour 1 – Les fondamentaux de la négociation

Introduction & cadrage . **9h00–9h30**

Préparer ses marges de manœuvre & contreparties.

Atelier : construire ses marges et ses contreparties. **ATELIER / MISE EN PRATIQUE**

Techniques pour reculer “à petit pas”.

Jour 2 – Conclure positivement

Traiter les objections avec assertivité.

Jeu : la bataille des objections.

Techniques de conclusion : embarquer le client dans la décision.

Atelier : construire ses réponses aux résistances finales.

ATELIER / MISE EN PRATIQUE

Plan d'action individuel & clôture de la formation.

■ MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Ateliers de cartographie et plan de contacts.
- Études de cas et exercices pratiques.
- Présentations interactives.
- Plan d'action individuel.
- Méthode de la "marguerite de la découverte".
- Ateliers de rédaction de questions et de construction d'argumentaires.
- Cas pratiques sectoriels.
- Feedback et co-développement.
- Cas pratiques de préparation de marges et contreparties.
- Jeux de rôle intensifs sur les objections et le closing.
- Ateliers collaboratifs.
- Feedback collectif.

■ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Ateliers, cas pratiques, mises en situation

■ BÉNÉFICES

- Être mieux préparé(e) pour chaque rendez-vous.
- Développer un plan d'action commercial structuré.
- Optimiser son temps et son organisation.
- Savoir obtenir recommandations et fidélisation à distance.
- Savoir transformer un entretien en découverte riche et fluide.
- Identifier besoins explicites, motivations implicites et leviers émotionnels.
- Construire des propositions différenciantes
- Gagner en impact lors de ses présentations commerciales.
- Négocier avec confiance et professionnalisme.
- Défendre la valeur de votre offre et sécuriser vos marges.
- Obtenir des engagements concrets.
- Conclure plus souvent et plus efficacement vos ventes.

■ SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Fiches mémos synthétiques fournies soit au cours de la formation soit en format digital téléchargeable

■ MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Évaluation des connaissances en amont de la formation
- Évaluation des connaissances pendant la formation
- Évaluation des connaissances en fin de formation
- Attestation de fin de formation avec évaluation de l'atteinte des objectifs

■ ACCESSIBILITÉ ET HANDICAP

Pour tenir compte de toutes les formes de handicap, nous étudions avec vous et avec le lieu de dispense de la formation les aménagements permettant à chacun de participer dans de bonnes conditions. Pour préparer au mieux cet accueil, merci de nous contacter 15 jours avant la formation à l'adresse handicap@changingup.fr. Référent handicap : Marc Fazio.

■ MOYENS ET INSCRIPTION

Contactez-nous pour définir vos besoins et recevoir une proposition.