

L'art d'influencer positivement vos clients grâce à la vente-conseil

PLAN DE FORMATION

PRÉSENTATION SOMMAIRE

Titre : L'art d'influencer positivement vos clients grâce à la vente-conseil

Mise en contexte de cette formation

Toute entreprise vise à développer des clients et à générer des ventes rentables pour ainsi assurer sa pérennité. Cet objectif peut être atteint de deux façons :

1. En augmentant le volume d'affaires chez les clients existants ;
2. En convertissant les prospects en nouveaux clients.

Le succès de votre entreprise passe donc obligatoirement par votre capacité à vendre. Que vous soyez entrepreneur, représentant ou conseiller, votre responsabilité commerciale est donc importante.

D'autres parts, nous savons tous que les moteurs de recherches ont donné à vos clients actuels et futurs le pouvoir de s'informer à la fois sur les produits et/ou services de votre entreprise, ceux de vos concurrents et sur l'ensemble de votre secteur d'activité.

Ce nouvel environnement fait en sorte que la fonction commerciale et la gestion des ventes demandent dorénavant des habiletés différentes de celles d'autrefois. Il ne suffit plus de connaître son produit et de se limiter à prendre des commandes, il faut passer en mode vente-conseil pour connaître et anticiper les besoins de vos clients.

.

À qui s'adresse cette formation?

Gestionnaires, cadres et dirigeants d'entreprise B2B qui souhaitent apprendre à influencer positivement leur client grâce à la vente-conseil et mener leur entreprise vers une réussite assurée.

Objectifs généraux de la formation

Lors de cette formation, nous allons observer la fonction vente sous un angle différent. Nous allons adresser trois enjeux clés pour amener votre entreprise à se démarquer de la concurrence, à obtenir des ventes rentables et à augmenter ses parts de marché.

Vous découvrirez comment :

1. Identifier les éléments différenciateurs de votre offre commerciale;
2. Gagner des clients potentiels et générer de nouvelles opportunités;
3. Mener une rencontre client et différencier la demande initiale du client de ses besoins réels.

Objectifs d'apprentissage

À la fin de cette formation, les participants seront en mesure de :

Pratiquer les 4 étapes de la vente conseil

1. Bâtir la relation de confiance avec le client;
2. Mener l'entrevue avec le client;
3. Confirmer les besoins du client lors de la rencontre en arrivant au point de rencontre entre ses besoins et votre solution;
4. Conclure la vente.

MÉTHODOLOGIE

Méthode d'enseignement retenue :

Une approche terrain précise et personnalisée basée sur les quatre étapes d'un parcours d'apprentissage afin de générer le changement souhaité auprès des participants.

1. Prise de conscience du participant sur la problématique à corriger;
2. Énoncer la situation désirée à mettre en place;
3. Mesurer à partir d'un ou des indicateurs de performance;
4. Accompagner le participant dans le changement afin de faciliter l'intégration et l'appropriation des nouvelles pratiques .

Description des outils pédagogiques et de l'équipement :

Les 6 outils pédagogiques suivants seront utilisés :

1. Mises en situation que les participants devront résoudre;
2. Réflexion individuelle et échanges entre les participants sur les meilleures pratiques d'affaires en vente;
3. Discussions sur des situations réelles que les participants ont vécues;
4. 7 ateliers de travaux pour découvrir les 120 questions clés pour la vente-conseil;
5. L'ebook : « Les 7 clés du succès commercial »;
6. Rencontre individuelle pour accompagner les participants dans le changement afin de faciliter l'intégration et l'appropriation des nouvelles pratiques.

DÉROULEMENT DE LA FORMATION

Module 1	Les étapes	La méthode	Les outils pédagogiques
Les 4 étapes de la vente-conseil et ses 120 questions clés	Portrait de la situation actuelle	Prise de conscience du participant	<u>Atelier travail</u> Le participant nous présente son processus de vente
	Énoncé sur la situation désirée	Mise en place des bonnes pratiques de la vente-conseil	7 ateliers de travail *
	Les indicateurs de performances	Mesurer	Les 5 indicateurs de performance
	Accompagner pour faciliter l'intégration des nouvelles pratiques	WEBINAIRE 1h30 en groupe	Identifier : Les bons coups Les points à améliorer

*Les 7 ateliers de travail pour découvrir les 120 questions clés de la vente-conseil

Bâtir la relation de confiance avec vos clients actuels et futurs

- 7 questions pour bâtir la relation avec le client
- 25 questions pour reconnaître les décideurs clés

L'art de mener une entrevue de prospection : Problème, Solution, Bénéfice

- 30 questions pour qualifier les prospects et identifier leurs besoins
- 15 questions pour identifier les barrières à l'entrée de vos produits ou services
- 11 questions pour évaluer l'urgence d'agir et les bénéfices à implanter la solution
- 10 questions pour estimer le budget de vos clients
- 11 questions pour mesurer la performance : KPI
- Savoir répondre aux objections et aux 16 questions clés

Confirmer les besoins : le point de rencontre

Fermer la vente : 11 questions

DURÉE DE LA FORMATION

La durée prévue de cette formation est de **7 heures**, ceci afin de s'assurer de transmettre l'essentiel des éléments importants pour permettre aux participants de bien comprendre les étapes d'une planification stratégique.

ÉVALUATION POST-FORMATION

Suite à la formation, tous les participants seront invités à compléter un formulaire d'appréciation de la formation. Les commentaires seront consignés et un suivi sera fait en cas d'insatisfaction afin d'apporter des améliorations.

Mode d'évaluation retenu :

Mise en place d'indicateurs de performance

- Taux de transformation des prospects en clients
- Taux des soumissions en « wins »
- Taux des revues d'affaires en nouvelles « business »
- Suivi des ventes ciblées / réalisées
- Suivi des fuites commerciales de vos clients

COÛT DE LA FORMATION

325 \$ par participant

Maximum 8 participants

Forfait entreprise : **1 800 \$** (maximum 8 participants)

FORMATEUR

JACQUES LACROIX, conseiller expert en planification stratégique



Jacques possède une formation multidisciplinaire en marketing, management et psychologie. Son expertise à titre de directeur de la formation et du développement organisationnel d'une force de vente de 200 personnes et de directeur commercial responsable de la mise sur pied d'une force de vente de 50 représentants au Québec lui ont permis de développer une solide expertise terrain en vente, en marketing et en gestion d'équipe. Depuis 2004, il a accompagné plus de 200 dirigeants de PME et 1 000 personnes à intégrer les aspects stratégiques et opérationnels de la gestion des ventes et marketing avec une approche simple et des outils uniques au programme d'accompagnement qu'il offre. Jacques a également

offert des formations continues, entre autres au CÉGEP Sorel-Tracy et de Valleyfield et en entreprises.

Formations données par Jacques :

- La planification stratégie : les 5 étapes d'une démarche structurante
- L'art et la manière d'influencer positivement vos clients grâce à la vente-conseil
- Comment développer des équipes performantes
- Communiquer, gérer, animer une réunion d'équipe

Coauteur des livres numériques suivants :

- Les 7 clés du succès commercial
- Guide pratique : Bâtir la synergie entre le marketing et les ventes à l'ère du numérique B2B

Auteur de plusieurs articles sur le site www@mamri.ca dont les plus populaires sont :

- Comment développer la performance commerciale de votre entreprise? Le coût de votre inaction
- Comment justifier un prix plus élevé?
- Comment arrimer l'inbound marketing à la vente-conseil pour conclure plus de ventes?