



REUSSIR SES ENTRETIENS DE VENTE EN B2B : LES FONDAMENTAUX

Référence CLIVENT02

Fiche de formation sur mesure

APPORTS DE LA FORMATION

Les vendeurs juniors apprennent à mettre en œuvre les fondamentaux des techniques de vente en relation client B2B.

Ils apprennent à être efficaces dans leur démarche commerciale auprès des clients professionnels.

Ils apprennent à mettre en œuvre un discours commercial professionnel pour répondre aux problématiques clients.

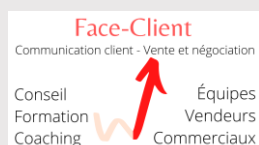
Ils gagnent en aisance face à un client ou un partenaire commercial en tant que membre de l'équipe de vente.



A l'issue, les participants reçoivent un « jogger » A5 plastifié couleur en rappel des 10 techniques clés.



CONTACT



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra F-75002 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

PRESCRIPTIONS

OBJECTIFS OPERATIONNELS

- Savoir appliquer toutes les étapes d'un entretien de vente efficace ;
- Vendre en favorisant une relation "gagnant-gagnant" long-terme.

PUBLIC CONCERNE

- Vendeurs juniors sans ou avec peu d'expérience dans la vente B2N ;
- Personnels en reconversion.

PREREQUIS

- Être attiré et motivé par la vente B2B.

DUREE

- La formation se déroule sur deux jours (14 heures)

METHODES PEDAGOGIQUES

- Démonstratives, magistrale et de découverte ;
- Nombreux exercices d'application.

POSITIONNEMENT ET EVALUATION DES ACQUIS

- En entrée formation : test de rédaction et quizz de positionnement ;
- En cours de formation : tests de rédaction intermédiaires et quizz ;
- En fin de formation : exercice d'application de synthèse.

LES + DE LA FORMATION

- Consultant-formateur expert en vente et communication client ;
- Formation basée sur l'utilisation systématique des leviers d'influence psychologique éthique ;
- Débriefings interactifs en groupe, échanges de bonnes pratiques entre stagiaires ;
- Bilan et plan d'action personnalisés à l'issue ;
- Huit participants maxima, pour plus de confort pédagogique.

METHODE PEDAGOGIQUE

- Formation pratico-pratique avec une majorité de jeux de rôle ;
- Travail sur des situations vécues par les participants, dans leurs contextes sur leurs problématiques ;
- Mises en situation de face à face client et téléphoniques ;
- Feedbacks bienveillants et prise en compte constante du contexte des participants ;
- Les apports théoriques viennent compléter le travail spécifique ;
- Les participants reçoivent un aide-mémoire électronique synthétique centré sur les méthodologies et points clés.

Actualisation : janvier 2022

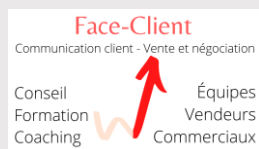
CONTENU CLE

LES PARTICIPANTS RETIRENT DE CETTE FORMATION

- ✓ Capacité à appliquer la méthode systématiquement
- ✓ Confiance en leur capacité à conduire leurs entretiens de vente avec expertise
- ✓ Amélioration importante de leur argumentaire produit
- ✓ Développement de leur pouvoir de conviction



CONTACT



FACE-CLIENT

PatrickJAYCommunications
4 Place de l'Opéra
F-75002 Paris

+33 (0)6 07 19 18 42
patrickjay@face-client.com
www.face-client.com

Préparation de l'entretien de vente B2B

- Vente conseil : l'esprit du développement des ventes
- One shot vs partenariat moyen / long-terme
- Apporter des solutions mais aussi déranger le statu quo du client
- Problèmes reconnus vs non-identifiés : le rôle dérangeant du commercial B2B
- B2B : aligner stratégie d'influence et tactiques d'influence
- Les étapes du cycle de vente B2B
- Rigueur dans la démarche commerciale : les critères d'action
- Etude du GRID client : circuits de décision, identification des rôles des acteurs

Elaborer l'argumentaire de vente

- En fonction du profil et des attentes du client : méthode SONCAS
- En termes de caractéristiques/avantages et bénéfices
- Mettre en œuvre les conditions de la réussite de l'entretien de vente
- Établir sa checklist de préparation technique, matérielle et psychologique

Suivre systématiquement les étapes de l'entretien de vente

- Prise de contact
- Ouverture de l'entretien
- Expression des besoins selon le client
- Découverte des besoins réels et du contexte
- Formulation de la proposition « à priori »
- Traitement des plaintes, demandes et objections
- Argumentation – adaptation de l'offre
- Concrétisation – closing (intermédiaire / finale)
- Suivi de la concrétisation

Questionner et écouter pour comprendre et analyser les besoins client

- Développer son écoute active et son empathie
- Techniques de questionnement : découverte – rhétorique – stratégique - coaching (maïeutique)
- Identification des zones probables d'insatisfaction
- Faire s'exprimer le client : validations, freins et attentes

Présenter et argumenter avec impact

- Boîte à outils complète de techniques de présentation et d'argumentation sur les trois niveaux d'influence : factuel (convaincre), social (persuasion) et sens (valeurs)

Déployer les tactiques d'influence

- Comment appliquer tout au long de l'entretien les facteurs favorisant l'influence : confiance et compétence, pouvoir et bienveillance, intérêt, esprit de solution, engagement personnel, réciprocité, rareté, sentiment de liberté, avantages personnels, etc.

Traiter les plaintes et objections

- Distinguer les plaintes, les freins et les objections
- Objections sincères, insincères, stratégiques : différentes approches
- Traiter les freins et objections (accord demande – proposition, qualité, modalités, délais, expériences passées, moyens humains, décisionnaires, concurrence, prix, etc.)

Concrétiser la décision d'achat (closing)

- Accepter pleinement sa responsabilité de closer
- Avancer sans tarder vers le closing
- Savoir reconnaître les signaux du closing : projection, marqueurs non-verbaux, marques de satisfaction, discussion prix, etc.
- Connaître et utiliser les techniques de closing principales
- Savoir inciter le client à la décision via tout canal approprié
- Positionner la vente suivante : utilisation de la technique de priming