



# #1 Augmenter vos ventes avec les clés stratégiques

V2 du 15/01/2024



## OBJECTIFS :

- ▶ **Comprendre** les besoins des PME pour faciliter les ventes B to B.
- ▶ **Identifier** l'écosystème dans lequel les PME ciblées évoluent.
- ▶ **Améliorer** le taux de conversion des prospects en clients.
- ▶ **Mener** un pitch de vente.
- ▶ **Savoir** traiter les objections.
- ▶ **Mener** des négociations et clôturer le closing.



**PARTICIPANTS :** Directeur commercial, commercial, Dirigeants.

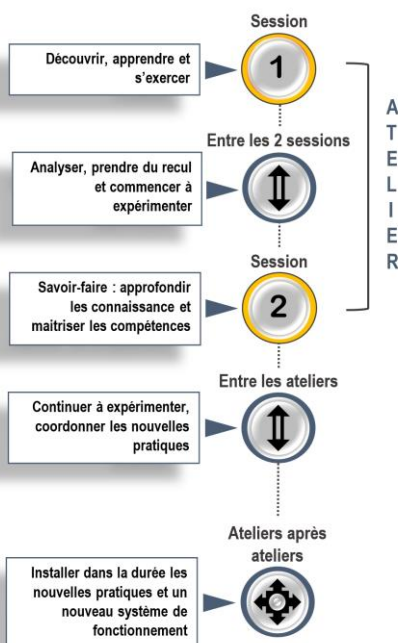
**PREREQUIS :** cette formation ne nécessite pas de prérequis.

**PRIX : 1550€ HT (1860€TTC)**

Groupe de 8 personnes maximum.  
**Formation inter-entreprises à distance.**  
 Formation intra-entreprise en présentiel ou à distance.  
 (Devis personnalisé sur demande).

## 28 Heures de formation réparties sur 12 semaines

12 sessions de 1 heure et 45 minutes



### Organisation de la formation :

L'atelier regroupe 4 temps de formation :

- #1 temps => session d'1h45 pour comprendre, apprendre et s'entraîner.
- #2 temps entre les 2 sessions => Travail personnel pour approfondir, observer et expérimenter (support e-learning).
- #3 temps => Analyse pratique, retours d'expérience et mises en situation pour approfondir, maîtriser et adapter.
- #4 temps pour préparer la suite => Challenge pour expérimenter de nouvelles pratiques.



**Avis Clients :**  
4,8/5



**Degré d'acquisition :**  
92%



Accessible aux personnes à mobilité réduite sur projet





## 1 Comprendre le fonctionnement de la cible PME

- Comprendre les besoins d'un client type et d'un marché.
- Comprendre les mécaniques de décisions d'achat.
- Identifier les objections et les freins possibles.

➔ **Savoir-faire** : Identifier un marché. Etablir les besoins identifiés en démarche commerciale.

## 2 Etablir la genèse du besoin de son personae

- Etablir le personae et son besoin.
- Etablir les critères d'identification de la cible commerciale.
- Identifier les interlocuteurs prioritaires à viser au sein des structures.

➔ **Savoir-faire** : Analyser des marchés en profondeur pour affiner le discours commercial. Définir les objectifs et les moyens de prospection.

## 3 Identifier l'écosystème de vie du personae

- Comprendre la vie du personae pour entrer dans son écosystème.
- Etablir des stratégies commerciales d'intégration d'écosystème.
- Identifier les points d'entrée et les intermédiaires de mises en contact.

➔ **Savoir-faire** : Analyser les points de convergence pour se faire identifier. Développer des stratégies de faire-savoir. Identifier le chemin de la prospection vers le prospect.

## 4 Convertir les leads en prospects.

- Identifier la mécanique entre prospection, communication et vente.
- Construire les phases d'un plan d'actions. Mettre en place une feuille de route et des indicateurs.
- Préparer et suivre les outils de gestion.

➔ **Savoir-faire** : Développer l'efficacité du tunnel de vente. Exercer une démarche commerciale pertinente.

## 5 Pitcher les prospects et lever les objections

- Développer un pitch commercial attractif.
- Apprendre à questionner et pratiquer l'écoute active pour lever les objections.
- Savoir reformuler pour lever les incompréhensions et les zones de flous.

➔ **Savoir-faire** : Développer des méthodes de questionnement et de reformulation. Comprendre le mécanisme de l'objection. Gagner en aisance pour pitcher.

## 6 Négocier et clôturer le closing

- Faire une contreproposition positive et constructive sur une objection. Répondre de manière attractive à une objection.
- Etablir des leviers de projection pour faciliter la décision d'achat.
- Clôturer la décision d'achat en et formaliser celle-ci.

➔ **Savoir-faire** : Comprendre les méthodes de closing. Savoir conclure une décision d'achat.

### Méthodes pédagogiques

**Pédagogie active** basée sur des outils simples, concrets et efficaces. Mises en situation, exercices, jeux, échanges, travail en groupe, support de formation complet pour une meilleure intégration dans le temps.

### Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises. Remise d'une attestation de suivi de la formation. Questionnaire satisfaction sur le parcours de formation.





# NOTRE CABINET DE FORMATION ET DE CONSULTING

Thinking Intra est cabinet opérationnel et un organisme de formation. Nous contribuons à construire des organisations robustes bâties sur un capital humain engagé, responsable et solidaire.

Construire une culture d'entreprise performante demande des compétences et des savoir-faire à forte valeur ajoutées, nous en facilitons leurs accès.

## AVIS CLIENTS

**Sara P.** « Très bonne formation et très bon formateur, concret, précis, je vais évoluer dans mon approche commerciale. »

**Noémie B.** « De bons outils théoriques et pratiques présentés pour faire face à l'agressivité à distance ! Merci pour ces échanges interactifs et constructifs utiles autant pour la stratégie que l'opérationnel »

**Pierre S.** « J'ai trouvé cette formation bénéfique. Il y a des procédés que j'ai envie déjà mis en place. Les cas concrets/mises en situation que nous avons réalisés étaient utiles car ils faisaient directement échos aux situations que nous vivons au quotidien. »



## Olivier SENET

FORMATEUR, CONSULTANT ET DIRECTEUR COMMERCIAL

Avec une riche expérience en tant que directeur commercial, Olivier SENET est consultant, formateur en stratégie commerciale. Il est également certifié Méthode DISC + Forces motrices.

### SES VALEURS :

- ☞ "Pas d'évolution sans DEVELOPPEMENT des compétences, des relations, etc... "
- ☞ « L'ENGAGEMENT et la Persévérance sont les piliers du développement dans la durée »
- ☞ « TRANSMETTRE mes acquis, mes expériences est essentiel pour moi.

### Le cœur de compétences :

Maitrise des techniques de vente, de la prospection et de la relation commerciale  
Développement des stratégies commerciales et des plans d'actions associés  
Management des forces commerciales  
Management des Key account manager  
Identification des opportunités marchés, ciblage et prospects qualifiés





## Thinking Intra

Contact : David Buttet

06 84 49 93 06

david.buttet@thinkingintra.fr

