

STAGE

## Réussir vos ventes de solutions en B to B

Vente conseil à valeur ajoutée : générer des relations à long terme

**Comprendre les objectifs stratégiques du client B to B, concevoir des solutions à valeur ajoutée, convaincre une diversité d'interlocuteurs de haut niveau : telles sont les dimensions de la vente de solutions B to B. Pour générer la confiance et la fidélité de ses clients et prospects, le commercial B to B se positionne en conseiller à forte valeur ajoutée, capable d'apporter des solutions qui servent les enjeux majeurs de son client B to B. Cette formation permet d'acquérir les méthodes, techniques et comportements pour maîtriser le processus commercial dans cet univers complexe.**

### Pour qui ?

Commercialisés spécialisés dans la vente de services sur-mesure et de solutions à valeur ajoutée aux clients B to B. Responsables grands comptes, Key Account Managers, Ingénieurs d'affaires.

**Prérequis :** maîtrise des techniques de vente.

### Objectifs

- Approfondir sa connaissance du client et développer une approche globale.
- Comprendre le schéma décisionnel de son client.
- Démontrer sa valeur ajoutée par une approche conseil.
- Maîtriser les mécanismes financiers et présenter efficacement le retour sur investissement (ROI).
- Trouver l'accord gagnant-gagnant pour développer le partenariat à long terme avec le client.

### Programme

- 1\_ **Se positionner en conseiller du client**
  - Comprendre les spécificités de la vente de solutions B to B : cycle de vente long, circuits relationnels complexes.
  - Identifier le circuit de décision et les jeux d'influence.
  - S'adapter à une diversité d'interlocuteurs de haut niveau.
  - Affirmer son leadership en passant de la dimension de vendeur à celle de conseil en solution à valeur ajoutée.
  - Présenter son positionnement et son entreprise.
- 2\_ **Diagnostiquer les besoins et enjeux du client B to B**
  - Identifier les enjeux majeurs pour le client, et les faire formuler par le décideur.
  - Recueillir les informations clés : stratégie, besoins, contraintes, groupes décisionnaires.
  - Qualifier le projet pour définir le "Go" "No go".
  - Analyser le circuit de décision et faire adhérer les acteurs.
  - Bâtir une stratégie d'approche du compte.
- 3\_ **Élaborer et vendre une solution à forte valeur ajoutée pour le client**
  - Impliquer le client dans la construction de la solution.
  - Répondre aux enjeux par la proposition d'une solution qui apporte de la valeur au client et qui se distingue des approches en place ou concurrentes.
  - Exprimer et quantifier les avantages de l'offre en termes de valeur pour le client : l'approche R.O.I.
  - S'appuyer sur ses alliés pour appuyer son argumentation.
  - Surmonter le scepticisme et traiter les objections.

### 4\_ Générer un partenariat à long terme avec la vente de solution : points clés de la fidélisation du client

- Partager les risques dans une relation gagnant-gagnant basée sur les intérêts des 2 parties.
- Gagner et préserver la confiance du client.
- Définir les indicateurs de performance de la solution.
- Suivre la satisfaction client et établir les plans d'actions.

**e-learning :** Modules d'autoformation à distance qui peuvent être suivis pendant ou à l'issue de votre formation.

- Réussir l'analyse de son client stratégique
- Concrétiser un accord mutuellement satisfaisant

### Z Les + de cette formation Z

- **Formation opérationnelle et personnalisée :** mises en situation, études de cas, conseils personnalisés.
- **Les meilleures pratiques du marché** par l'échange entre participants et les apports du consultant expert.
- **2 modules e-learning après la formation** pour parfaire la maîtrise de la vente de solutions B to B. Ils sont disponibles pendant un an pour assurer le suivi concret de la formation.

### Votre animateur...

Spécialiste des ventes B to B, il intervient régulièrement en entreprise auprès de responsables de comptes et key account managers pour leur permettre de développer une approche conseil avec leurs clients.

**e-learning :** Modules d'autoformation à distance qui vous permettent d'approfondir et de compléter certains thèmes étudiés

**2 JOURS**

Réf. 2975

46 € HT Paris  
40 € HT Régions

1230 € HT

Paris  
21 jan > 22 jan  
4 mars > 5 mars  
15 avr > 16 avr  
10 juin > 11 juin  
15 juil > 16 juil  
16 sep > 17 sep

21 oct > 22 oct  
2 déc > 3 déc

Lyon  
6 mai > 7 mai  
24 juin > 25 juin  
7 oct > 8 oct  
16 déc > 17 déc