Formation

Réussir une vente complexe

Durée : 2 jours (14h heures)

Tarif inter : 1435 € HT
Collation et déjeuner offerts

Intra et sur-mesure : nous consulter

Public

Commerciaux B2B, ingénieurs d'affaires, Key Account Managers. Responsables de comptes stratégiques, avant-vente. Toute personne impliquée dans des ventes longues, techniques ou à forts enjeux

Prérequis

Aucun

Programme de la formation

1. Identifier les caractéristiques d'une vente complexe

Cycle long, décision collective, forte implication client Multiplicité des acteurs et poids des facteurs politiques Analyse des enjeux : techniques, financiers, humains, organisationnels

2. Cartographier les acteurs et les circuits de décision

Identifier les rôles : prescripteurs, décideurs, utilisateurs, bloqueurs Évaluer l'influence de chaque partie prenante Construire un plan d'influence commercial

3. Élaborer une stratégie de vente sur-mesure

Définir ses objectifs et ses marges de manœuvre Adapter son discours à chaque profil d'interlocuteur Préparer une approche différenciante et personnalisée

4. Gérer les étapes clés du processus de vente

Prise de contact stratégique, qualification approfondie Animation des rendez-vous intermédiaires Techniques de relance sans pression excessive

5. Traiter les objections complexes et défendre sa valeur

Répondre aux objections techniques, économiques, politiques Savoir justifier son positionnement sans céder sur l'essentiel Négocier avec finesse : concessions conditionnelles, alternative, retrait maîtrisé

6. Sécuriser la décision et renforcer la relation client

Anticiper les zones de doute ou de blocage Créer un effet de confiance à chaque étape Transformer la vente en partenariat durable

Objectifs

- Comprendre les spécificités d’un cycle de vente complexe
- Identifier et influencer les différents décideurs et parties prenantes
- Élaborer une stratégie de vente à plusieurs niveaux
- Valoriser leur offre au-delà du prix et traiter les objections complexes
- Garder la maîtrise du cycle de vente et conclure efficacement

Modalités pédagogiques

- Études de cas réels et sectoriels
- Jeux de rôle sur des scénarios complexes
- Outils visuels : matrice d’influence, mapping des enjeux
- Coaching flash, feedbacks personnalisés
- Construction d’un plan d’action commercial

Modalités d’évaluation

- Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen d'auto-évaluation, de QCM, mises en situation, travaux pratiques…
- Évaluation dès la fin de la formation, pour mesurer votre satisfaction et votre perception de l’évolution de vos compétences par rapport aux objectifs de la formation.
  Avec votre accord, votre note globale et vos verbatims seront publiés sur notre site.
- Suivi des présences et remise d’une attestation individuelle de formation.