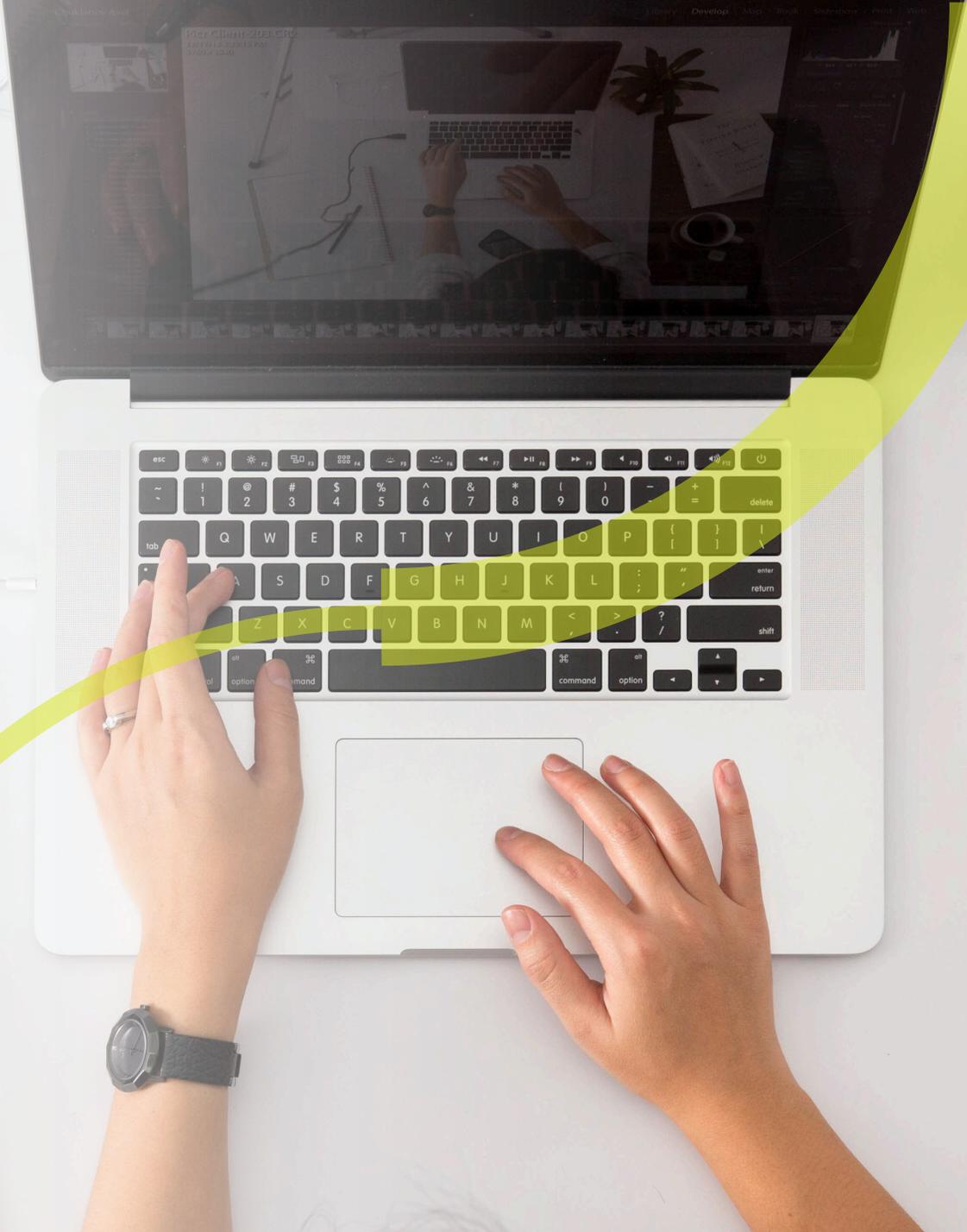




Mercuri International

VENTE DE VALEUR



PROGRAMME

Mercuri International

POURQUOI LA VENTE DE VALEUR ?

Il arrive qu'un vendeur ait du mal à faire passer son message et que le client ne perçoive pas la valeur de l'offre. Dans ces situations de vente difficiles, une approche commerciale traditionnelle ne suffit pas.

AUDIENCE

Tous les professionnels de la vente qui veulent apprendre une méthodologie pour trouver de nouveaux domaines de valeur et comment les proposer au client.

DURÉE

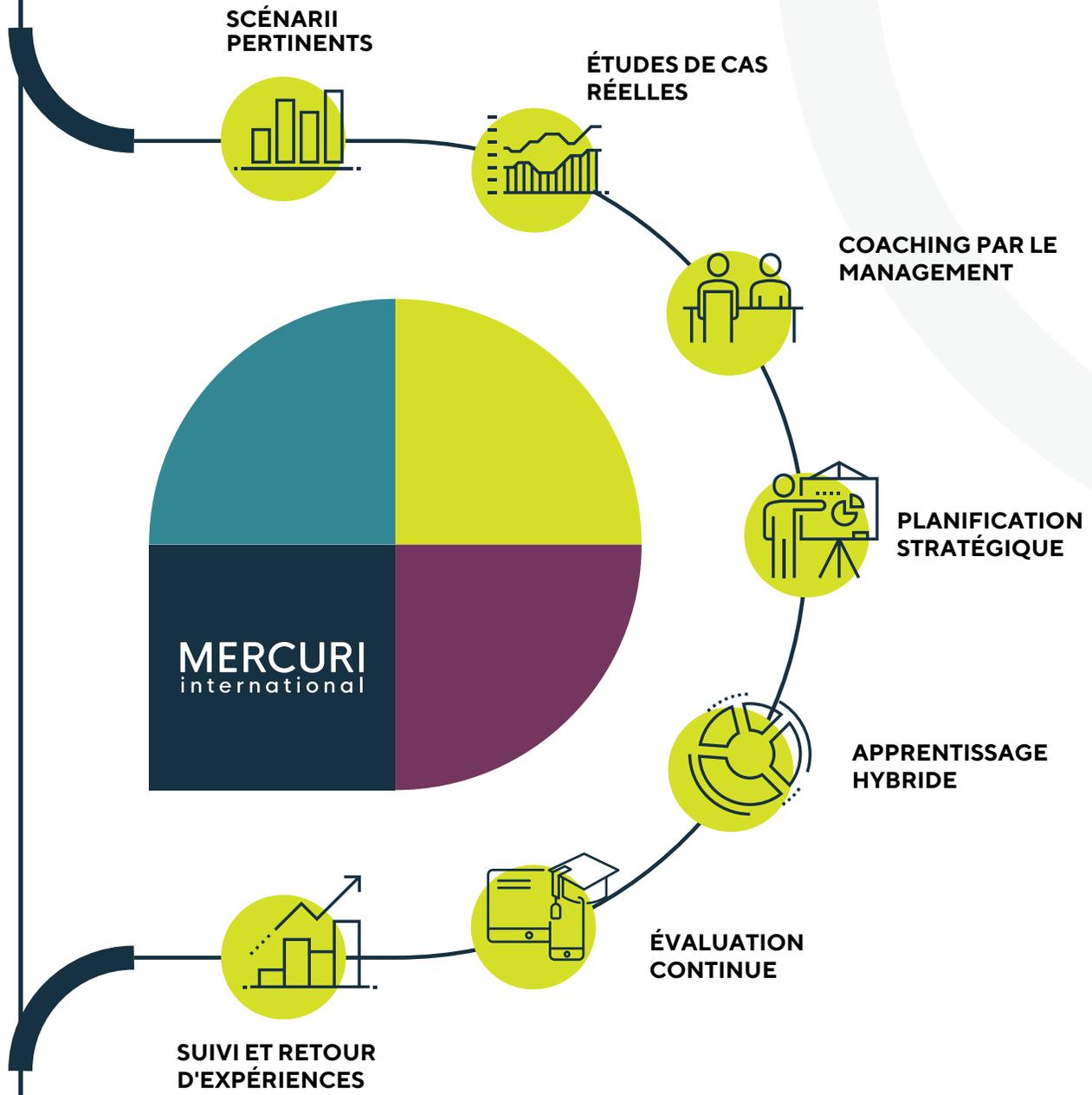
Contenu digital : **11 heures**

FORMAT

Modules digitaux combinés avec une session en présentiel ou en classe virtuelle.

Contenu interactif, vidéos, exercices, questionnaires, documents téléchargeables et forums ouverts pour se connecter à la communauté. Toutes les ressources sont accessible sur ordinateurs, tablettes et smartphones.





SCÉNARIIS PERTINENTS

Les formateurs proposent et construisent des jeux de rôles basés sur des études de cas, fictifs mais pertinents et adaptés à l'environnement business des participants.

DES CAS CONCRETS

Les apprenants se basent sur leurs propres cas réels pour appliquer la méthode dans leur vie professionnelle quotidienne.

COACHING PAR LE MANAGEMENT

Les managers sont formés pour encadrer leurs équipes à l'application de la vente de valeur.

PLANIFICATION STRATÉGIQUE

Le contenu et les activités sont personnalisés pour répondre aux objectifs et aux défis de votre organisation.

APPRENTISSAGE HYBRIDE

Pour répondre aux besoins et aux styles d'apprentissage de chaque apprenant, différents formats tels que le face-à-face, le virtuel et le digital, sont proposés de la manière la plus efficace afin de favoriser une expérience d'apprentissage continue

ÉVALUATION CONTINUE

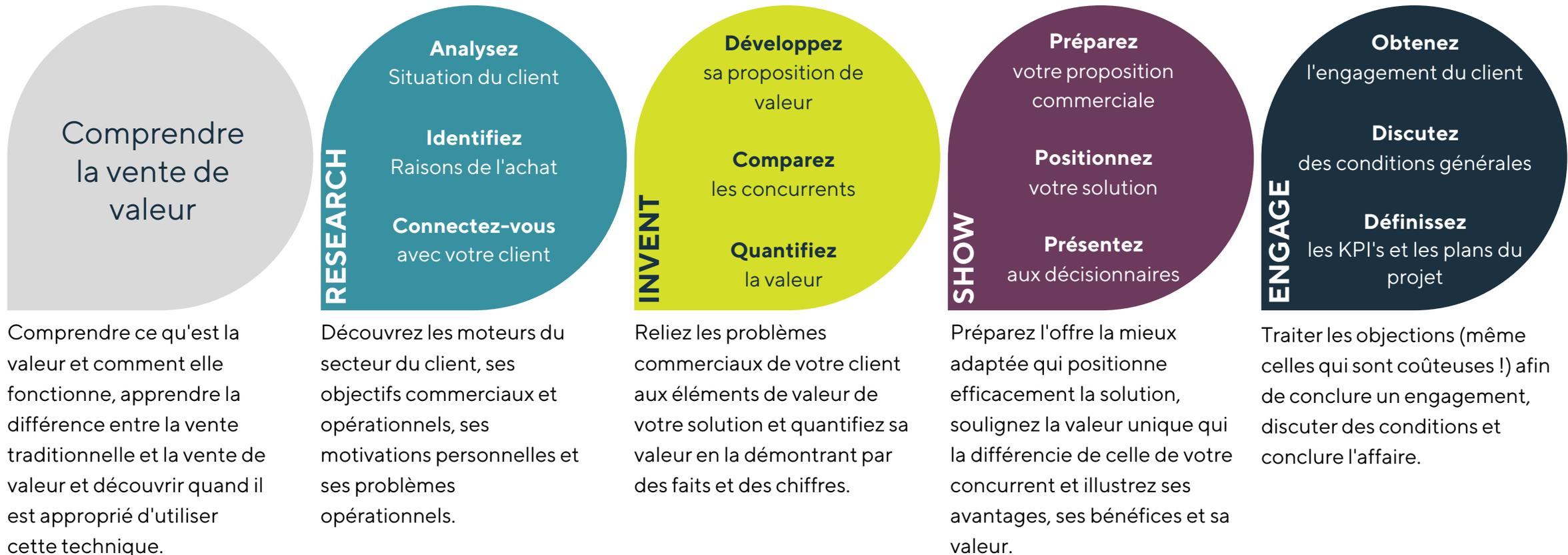
Les progrès des apprenants sont constamment contrôlés, tant en termes d'amélioration des compétences que de résultats commerciaux.

SUIVI ET RETOUR D'EXPÉRIENCES

Pour mesurer l'impact sur les performances de votre entreprise..

DESCRIPTION DU CONTENU

Le processus RISE



Comprendre la vente de valeur

Comprendre ce qu'est la valeur et comment elle fonctionne, apprendre la différence entre la vente traditionnelle et la vente de valeur et découvrir quand il est approprié d'utiliser cette technique.

RESEARCH

Analysez
Situation du client

Identifiez
Raisons de l'achat

Connectez-vous
avec votre client

Découvrez les moteurs du secteur du client, ses objectifs commerciaux et opérationnels, ses motivations personnelles et ses problèmes opérationnels.

INVENT

Développez
sa proposition de valeur

Comparez
les concurrents

Quantifiez
la valeur

Reliez les problèmes commerciaux de votre client aux éléments de valeur de votre solution et quantifiez sa valeur en la démontrant par des faits et des chiffres.

SHOW

Préparez
votre proposition commerciale

Positionnez
votre solution

Présentez
aux décideurs

Préparez l'offre la mieux adaptée qui positionne efficacement la solution, soulignez la valeur unique qui la différencie de celle de votre concurrent et illustrez ses avantages, ses bénéfices et sa valeur.

ENGAGE

Obtenez
l'engagement du client

Discutez
des conditions générales

Définissez
les KPI's et les plans du projet

Traiter les objections (même celles qui sont coûteuses !) afin de conclure un engagement, discuter des conditions et conclure l'affaire.

VUE D'ENSEMBLE

1

COMPRENDRE LA VENTE DE VALEUR

- Le processus RISE
- Vente différenciée
- Test Empathie / Projection

2

RESEARCH -PARTIE 1

- Technique FOCA
- Découvrir les besoins et les motivations de votre client

- Assurer la coopération : comprendre vos principales parties prenantes
- Alignement des contacts

3

RESEARCH - PARTIE 2

- Comprendre les besoins de votre client
- Poser des questions
- Découverte des besoins

4

CRÉER SA PROPOSITION DE VALEUR

- Le pouvoir de la valeur
- Apprendre à connaître les différents niveaux de communication
- La chaîne de valeur et l'avantage concurrentiel

5

PRÉSENTER SA PROPOSITION DE VALEUR

- L'histoire de la valeur
- Utiliser le story telling pour susciter l'intérêt de votre public
- Argumentation

6

ENGAGER SES CLIENTS

- Faire face aux objections des clients
- Comment s'affirmer dans les situations difficiles
- Traiter les objections

7

RAPPEL ET ENTRAÎNEMENT

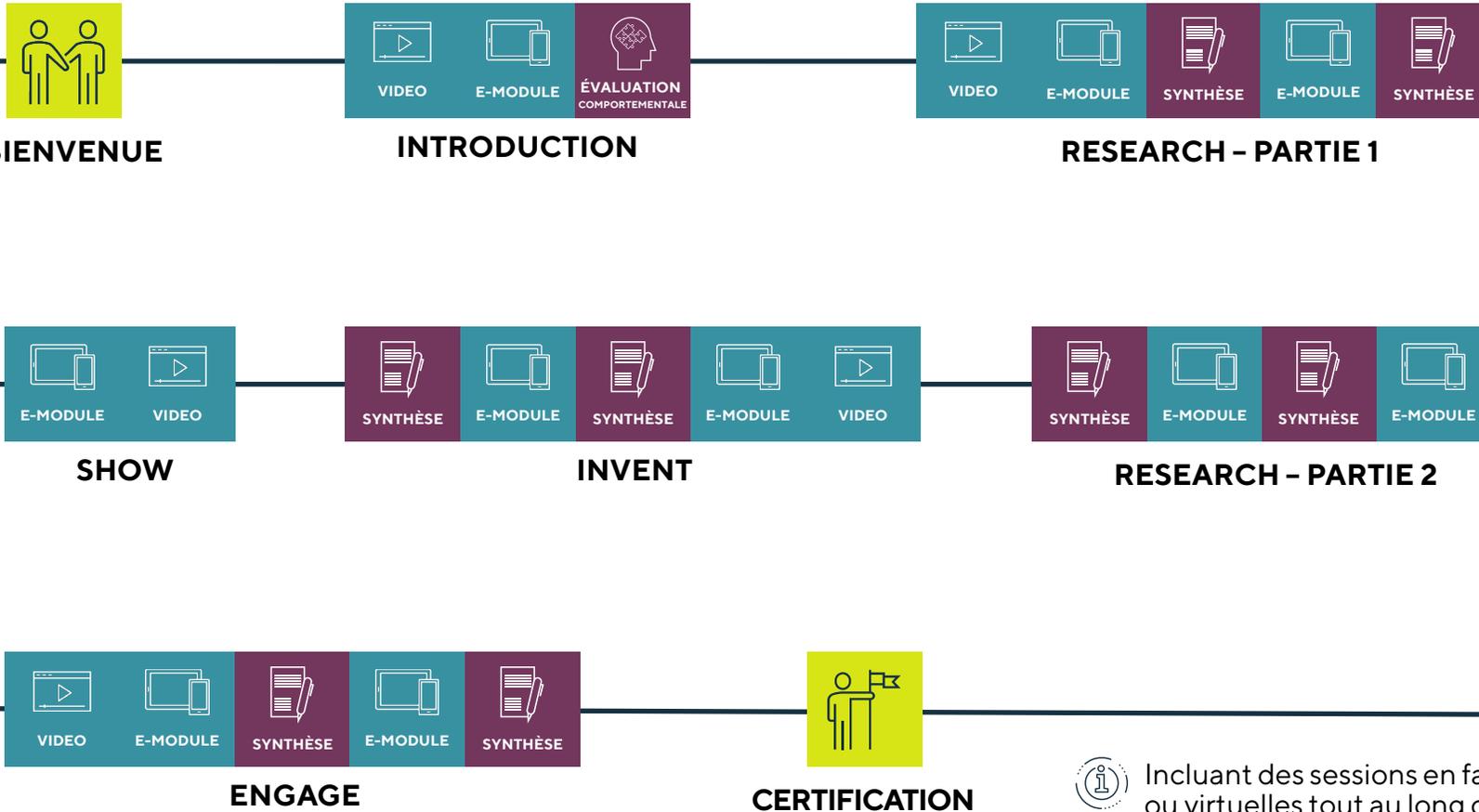
- Manuel
- À retenir

8

ANALYSE DES OPPORTUNITÉS ET PRÉPARATION DES DOSSIERS

- Plan d'action

PARCOURS D'APPRENTISSAGE



 Incluant des sessions en face-à-face ou virtuelles tout au long du parcours



Mercuri International

GROW YOUR PEOPLE,
GROW YOUR BUSINESS

