



Mercuri International
OPPORTUNITY TO ORDER

MERCURI
international



POURQUOI ?

En tant que vendeur, vous avez peut-être **plusieurs opportunités** à considérer. Cependant, toutes les opportunités n'ont pas la même valeur et il est crucial d'apprendre à les **distinguer**.

Suivez ce parcours hybride pour découvrir comment analyser et gérer une opportunité et la transformer en une vente réussie !





AUDIENCE

Tous les professionnels de la vente qui souhaitent augmenter leurs chances de transformer une opportunité en une commande.



DUREE

1 heure 30 min Digital Learning
2 jours Classe présentiel ou
8 heures (sur 4 sessions) en classe virtuelle



INFORMATIONS ADDITIONNELLES

Ce parcours hybride contient des vidéos, du contenu interactif, des exercices, des questionnaires, des documents téléchargeables, des sessions de classe en direct (virtuel ou présentiel), avec une approche ludique pour rendre l'expérience plus amusante et plus passionnante. Tout le contenu est adapté pour les ordinateurs portables, tablettes et smartphones.



APERCU DE LA FORMATION

Etape 1: Evaluer l'opportunité

Etape 2: Stratégie de solution

Etape 3: Alignement des contacts

Etape 4: Présentation de la solution



OUTIL ADDITIONNEL: PLAN OPPORTUNITE

C'est un outil qui permet d'analyser et de gérer une opportunité, en tenant compte de tous les facteurs et de chaque étape du processus.

APERÇU DE LA FORMATION

2

CHAPITRE 1 : EVALUER L'OPPORTUNITE

L'opportunité est-elle réelle, attractive et gagnable ?

Découvrez les raisons pour lesquelles une opportunité doit être analysée et les facteurs qui doivent être pris en compte avant de la saisir.

- Si vous avez obtenu toutes les informations nécessaires sur l'opportunité
- En cas de besoin, un budget et un délai pour la décision
- Si certains aspects tels que le volume d'affaires, la marge potentielle et l'activité future sont intéressants pour vous
- Si, en fonction de votre connaissance du client, de son attitude, de la situation concurrentielle, de la puissance de contact et de vos moyens disponibles, vous pouvez voir des possibilités de gagner



CHAPITRE 2 : STRATEGIE DE SOLTUION

Comment construire une solution gagnante

Pour construire une solution gagnante, vous devez prendre en compte 2 facteurs importants. Vous allez explorer :

Les 6 situations de vente

Vous devez considérer dans quelle situation de vente vous vous trouvez. Le client peut être soit très intéressé et disposé à travailler avec vous, soit ne pas être intéressé.

Les tactiques par situation

En fonction de la situation de vente, vous pouvez appliquer différentes tactiques, qui vous permettront de prouver que votre solution est la meilleure offre pour votre client.

Vous découvrirez comment reconnaître la situation de vente dans laquelle vous vous trouvez et quelle tactique est efficace pour elle.

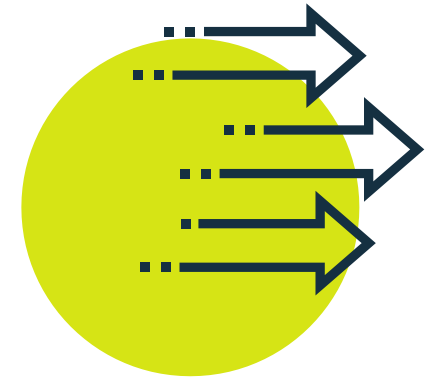


CHAPITRE 3 : ALIGNEMENT DES CONTACTS

Les acteurs de l'opportunité

Il peut y avoir différents acteurs dans l'équipe de prise de décision, avec des rôles et des pouvoirs différents. Pour vous aider à définir les profils que vous allez rencontrer, vous découvrirez :

- Le dispositif de base, qui clarifie les différents rôles (stratégique, économique, technique, utilisateur ou chef de projet)
- Quel est le pouvoir d'influence de chaque acteur
- Quelles sont les attitudes possibles qu'ils peuvent avoir à votre égard



CHAPITRE 4: PRESENTER LA SOLUTION

Construire une présentation réussie

Pour réussir une présentation qui attirera l'attention de votre public, il est très important que vous suiviez certaines étapes spécifiques. Découvrez comment faire :

- Construire une bonne ouverture et clôture
- Souligner la valeur de la solution
- Inclure tous les éléments pertinents
- Adapter la présentation en fonction de la situation de vente dans laquelle vous êtes, en appliquant les tactiques appropriées

