



Programme de formation

Value Based Selling : vendre la valeur

Passer du discours produit à une approche centrée enjeux clients

Value Based Selling : vendre la valeur

Passer du discours produit à une approche centrée enjeux clients

La vente de valeur est aujourd’hui un levier stratégique pour se différencier, défendre ses marges et renforcer la relation client.

Cette formation aide à passer d'un argumentaire centré produit à une approche orientée création de valeur, en maîtrisant les méthodes, questions, outils et postures qui permettent de convaincre les acheteurs les plus exigeants.

En travaillant sur des situations réelles, nous aidons les équipes à :

- comprendre ce que chaque client perçoit comme "valeur",
- diagnostiquer les enjeux derrière les besoins exprimés,
- formuler des propositions de valeur personnalisées,
- défendre cette valeur face aux objections et aux négociations prix,
- piloter leurs opportunités avec un raisonnement orienté ROI et impact métier.

L'objectif : accroître l'impact auprès des clients et des prospects en renforçant pertinence, influence et maîtrise de la conversation commerciale.

VALUE BASED SELLING

OBJECTIF DE LA FORMATION

À l'issue de la formation, les participants comprendront les principes de la vente de valeur, sauront identifier les enjeux business de leurs clients, construire une proposition de valeur personnalisée et résister à la pression des acheteurs sur les prix.

CONTENU DETAILLÉ

1. Pourquoi vendre la valeur aujourd'hui

- Saisir les limites de l'approche "produit"
- Préciser les notions "valeur" et "enjeux"
- Différencier "caractéristique", "bénéfice", "preuve", "impact business"
- Passer d'un discours centré solution à un discours centré client

2. Comprendre les besoins et enjeux

- Conduire un entretien de découverte orienté enjeux et impacts
- Explorer besoins explicites, implicites, latents
- Identifier les priorités, irritants, coûts cachés et risques.

3. Créer une proposition de valeur

- Construire un argumentaire centré impact et valeur
- Formuler une proposition claire, concise et différenciante
- Articuler bénéfices quantitatifs (tangibles) et qualitatifs (intangibles)

4. Traiter les résistances des acheteurs

- Gérer les objections "prix" et "concurrents"
- Transformer les objections en opportunité
- Répondre en parlant solution et impact

PUBLIC CONCERNÉ

Tous les professionnels de la vente en relation régulière avec des clients et des prospects : commerciaux, account managers, avant-vente, managers ...

DURÉE ET FORMAT

Standard : 2 jours (14 heures) en présentiel
Intensif : 3 jours (21 heures) en présentiel
Alternative : 4 ou 6 x 3,5 heures en distanciel

PRÉREQUIS

Aucun prérequis. Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant renforcer son impact commercial.

MÉTHODES DE TRAVAIL

- Approche 100% opérationnelle basée sur des cas d'école et les cas réels des participants.
- Exercices individuels, co-construction de propositions de valeur personnalisées, jeux de rôle
- Remise d'outils : checklist découverte, canevas de proposition de valeur, structure d'entretien, techniques de défense de la valeur