

Vendre des solutions et services avec l'approche consultative selling

Ingénieur commercial, chargé d'affaires

Pourquoi une grande majorité de sociétés forment leurs équipes commerciales à l'approche consultative selling?

- Les marchés ont évolué en procurant une bonne couverture des besoins courants. Les évolutions technologiques, financières ont généré des besoins multiples, plus personnalisés et souvent plus orientés création de valeur que réduction des coûts directs. La consolidation des fournisseurs oblige pour rester en place à satisfaire l'ensemble des besoins émanant des services achats et des différents métiers de l'entreprise
- Le niveau d'information des entreprises avec internet et autres moyens modifie l'exigence des clients sur le rôle et l'apport du commercial. Les décideurs souhaitent obtenir rapidement une information utile et créatrice de valeur pour leurs différents besoins et leur situation spécifique.
- Le travail en équipe dans les approches projets a modifié les processus de décision et réclame une vision globale des attentes des différents acteurs impliqués dans l'entreprise.

Différentes études démontrent que les attentes des clients B to B ont changé et donc que les compétences commerciales doivent évoluer.

Qu'est ce que l'approche consultative selling ou vente consultative?

A l'inverse des approches transactionnelles centrées sur les produits, leurs caractéristiques et leur prix. Souvent focalisé sur un seul interlocuteur. L'approche consultative selling est centrée sur :

- L'entreprise cliente, sa situation, ses objectifs stratégiques, ses difficultés, ses enjeux.
- Les différents acteurs impliqués directement ou indirectement dans le projet, leurs rôles, leurs préoccupations, leurs implications.
- La création de valeur, le retour sur investissement car seul les bénéfices mutuels garantissent des relations durables.

Dans chacun des actes et comportements quotidiens, le point de départ est le client ?

Quelles sont les compétences à faire évoluer pour réussir l'approche consultative selling ?

Cette approche de la vente réclame aux équipes commerciales :

- De l'écoute active, de l'observation, de l'empathie envers leurs clients. Aller au-delà des demandes pour rechercher les problématiques avec des enjeux forts pour lesquelles le fournisseur a des solutions créatrices de valeur. Etre beaucoup moins promoteur de produits et plus consultant au niveau du comportement. Adapter ses compétences de négociateur en fonction des interlocuteurs coté client.
- Une capacité à poser les bonnes questions aux bonnes personnes, à différencier les approches. A porter une analyse stratégique sur les projets. Avoir une capacité d'investigation beaucoup plus forte que dans la vente transactionnelle.
- Une aptitude à gérer une équipe de vente virtuelle, en mode projet, face à une équipe client. Ce qui implique une compétence de management par influence et d'organisation en plan d'action collectif.

Points abordés :

- Quels sont les composants de la performance commerciale dans la vente de projets ?
- Quels sont les leviers pour améliorer le taux de transformation des propositions en commande ?
- Trouver de nouvelles opportunités commerciales. Engager la démarche commerciale le plus en amont du projet client.
- Savoir frapper haut en prospectant les directions d'entreprises !
- Comment décider si nous devons investir ou non sur un projet ? Go / No-Go
- Comment fiabiliser le portefeuille et les prévisions d'affaires ?
- Comment mener une analyse stratégique efficace sur les affaires ?
- Quelle stratégie de réponse choisir en fonction du contexte ?
- Comment manager une équipe avec un plan d'action pour faire avancer le projet dans le cycle de vente ? Mobiliser son équipe interne autour des enjeux du client et de l'offre à élaborer.
- Méthodologie d'un entretien commercial orienté consultative selling
- Maîtriser quelques techniques simples de psychologie comportementale pour augmenter la capacité d'influence.
- Comment intéresser et faire parler un client ?
- Savoir aller au delà de la demande client et questionner la situation, les problématiques, les enjeux, les attentes ? Trouver la « Pain » douleur et ses implications dans l'entreprise.
- Etre capable de développer des nouveaux besoins avec le questionnement S.P.I.D. selling pour générer des nouvelles affaires, modifier la demande du client dans le cadre d'un RFP (consultation), faire de l'up-selling et du cross selling (vente additionnelle)

Amélioration de la performance des hommes et des équipes

- Décoder l'organigramme et le sociogramme du client pour influencer efficacement le groupe de décision. Se rendre incontournable, tisser un réseau de relations au sein de l'organisation cliente
- Mettre en avant les bénéfices client et les différenciateurs. Savoir utiliser ses pépites !
- Savoir convaincre les financiers en parlant R.O.I (retour sur investissement) et Pay back
- Formaliser les comptes rendus de rendez-vous, la proposition commerciale.
- Engager le client sur la prochaine étape ! Chaque entretien est une vente qui doit se conclure par un engagement du client. Impliquer les acteurs projet chez le client dans la construction de la solution pour construire une relation "partenaire".
- Comprendre la psychologie et les techniques des acheteurs
- Connaître les pratiques de la négociation commerciale
- Défendre ses intérêts et négocier efficacement
- Consolider notre position et fidéliser le client

Méthodes pédagogiques :

- Préparation du séminaire sur un projet en cours
- Application sur les projets choisis
- Ateliers en petits groupes
- Ancrage des méthodes
- Vidéo d'exemples, jeux de rôles, vidéo training
- Support de cours papier et multimédia
- Plan d'action et transposition des apprentissages

Durée : 4 jours à raison de 2 sessions de 2 jours espacées de 6 semaines pour permettre une mise en application opérationnelle

Types de formation :

Formation intra entreprise :

Possibilité de personnaliser le contenu et la durée à la demande du client. Prix : *nous consulter*

N° d'agrément formation : **93131068513** auprès de la préfecture de la région Provence Alpes Côtes d'Azur.