

CONTENUS

- **Comprendre les Besoins des Clients**
 - Techniques d'écoute active, questionnement ouvert, analyse des besoins.
 - Théorie des besoins de Maslow, modèle SPIN Selling.
- **Développer des Propositions de Valeur Uniques**
 - Création de propositions de valeur, différenciation concurrentielle, storytelling.
 - Blue Ocean Strategy, Value Proposition Canvas.
- **Challenger les Perspectives des Clients**
 - Techniques de vente provocative, argumentation, gestion des objections.
 - Challenger Sale, principe de la dissonance cognitive.
- **Optimiser les Processus de Vente**
 - Cartographie des processus de vente, identification des goulots d'étranglement, amélioration continue.
 - Lean Management, Six Sigma.
- **Développer des Outils de Soutien à la Vente**
 - Création de supports de vente, présentations efficaces, démonstrations produits.
 - Design Thinking, principes de communication visuelle.
- **Former les Équipes de Vente**
 - Techniques de vente, gestion des objections, négociation.
 - SPIN Selling, principe de la réciprocité.
- **Mesurer et Analyser les Performances**
 - Définition des KPI, analyse des données de vente, tableaux de bord.
 - Balanced Scorecard, OKR (Objectives and Key Results).
- **Adapter l'Offre aux Besoins des Clients**
 - Personnalisation des offres, segmentation des clients, adaptation des propositions.
 - modèle RFM (Récence, Fréquence, Montant).
- **Définir une Stratégie de Prix Compétitive**
 - Analyse des coûts, étude des prix concurrents, stratégies de pricing.
 - Prix psychologique, pricing basé sur la valeur.
- **Renforcer les Relations Clients**
 - Gestion de la relation client, fidélisation, satisfaction client. Théories : Théorie de l'engagement, modèle SERVQUAL.



OBJECTIFS

- **Identifier les besoins non satisfaits**
 - Analyser les attentes clients non couvertes par l'offre actuelle.
- **Développer une valeur unique**
 - Créer une proposition claire, différenciante et à bénéfices mesurables.
- **Challenger les perspectives des clients**
 - Les pousser à repenser leurs approches et envisager des alternatives innovantes.
- **Booster le taux de conversion**
 - Transformer plus de prospects en clients via des techniques de vente impactantes.
- **Renforcer la relation client**
 - Instaurer une relation de confiance en comprenant et en répondant aux besoins réels.
- **Définir un prix compétitif**
 - Maximiser la valeur perçue tout en restant aligné au marché.
- **Optimiser la vente**
 - Simplifier les process pour réduire le cycle et gagner en productivité.
- **Créer des outils de vente**
 - Fournir supports et ressources pour mieux vendre l'offre.
- **Former les commerciaux**
 - Garantir la maîtrise de l'offre et de sa présentation.
- **Mesurer la performance**
 - Suivre les KPIs pour repérer tendances et axes d'amélioration.
- **Adapter l'offre client**
 - Personnaliser selon les besoins spécifiques de chaque cible.

VOTRE FORMATEUR

Avec plus de 25 ans d'expérience en B2B, Fabrice a développé une expertise en vente directe et indirecte, management d'équipes et stratégie commerciale. Il maîtrise la négociation, le développement de solutions innovantes et la gestion de grands comptes. Son approche centrée sur les résultats, alliée à un leadership inspirant, lui a permis de transformer les défis en opportunités de croissance et de fédérer les équipes vers l'atteinte d'objectifs ambitieux.



Fabrice Duviler