

Développer l'efficacité de la prescription

Développer la performance globale de l'entreprise grâce à la prescription

Durée : 14.00 heures (2.00 jours)

Profils des stagiaires

- Technico-commerciaux spécialisés
- Responsables produits, responsables de marchés
- Ingénieurs et chargés d'affaires

Prérequis

- Expérience de la vente B2B

Objectifs pédagogiques

- Développer sa communication technico-commerciale pour vendre des solutions
- Préparer et organiser la prescription
- Planifier et gérer sa prospection-prescription et ses cibles
- Assurer le suivi dans le temps pour garantir "l'effet prescription"

Contenu de la formation

- Maîtriser les fondamentaux de la communication B2B
 - Gérer sa communication sur le terrain : face à face et prise de parole en public
 - Développer son leadership grâce à une communication maîtrisée pour devenir influenceur
 - Identifier les usages selon les types de clients ou de prescripteurs
 - Connaître les 6 règles de la persuasion
- Mettre en avant la valeur ajoutée de sa solution
 - Intégrer la prescription dans un contexte plus global de vente complexe (ou vente d'affaires)
 - Connaître la concurrence comme préalable à l'argumentaire de prescription
 - Identifier les éléments techniques différenciants de son offre avec le C.A.P.
 - Identifier les éléments commerciaux différenciants de son offre avec le SWOT

- Prescrire comme vecteur de développement des ventes
 - Cibler les maîtres d'ouvrage, les maîtres d'oeuvre et les installateurs/poseurs conformément à sa stratégie
 - Identifier les leviers d'une prescription productive de ventes
 - Construire et baliser un entretien de prescription de la présentation à la conclusion
 - Organiser et animer des réunions de prescripteurs et de clients
- Préparer sa boîte à outils de prospection-prescription
 - Répertorier les outils internes d'aide à la prospection et à la prescription
 - Développer et cibler sa présence sur les réseaux sociaux professionnels
 - Connaître les étapes de la prospection du lead au prospect-prescripteur converti par vos solutions
- Garantir le suivi post-prescription
 - Continuer de jouer son rôle de "lobbyist" interne pour assurer le bon déploiement de la solution
 - Etablir un indicateur de ROI de sa démarche de prescription
 - Fidéliser les prescripteurs en leur fournissant un retour d'expérience des solutions déployées

Organisation de la formation

Formateur

Richard Oberti - Consultant formateur Directeur associé, 30 ans d'expérience en France et à l'international

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation.
- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques.
- Etude de cas concrets et présentation devant le groupe.
- Cartographie du système de communication interne de l'entreprise.
- Quiz en salle online sur une plateforme digitale collaborative.
- Mise à disposition en ligne de supports de fin de formation.

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaire d'évaluation de la formation.

Programmes complémentaires à cette formation

- Formation « Mieux négocier Niveau 2 (ventes d'affaires et ventes complexes) ».
- Possibilité d'un accompagnement terrain personnalisé.