

Un programme d'efficacité en vente

La vente consultative
ou partenariale

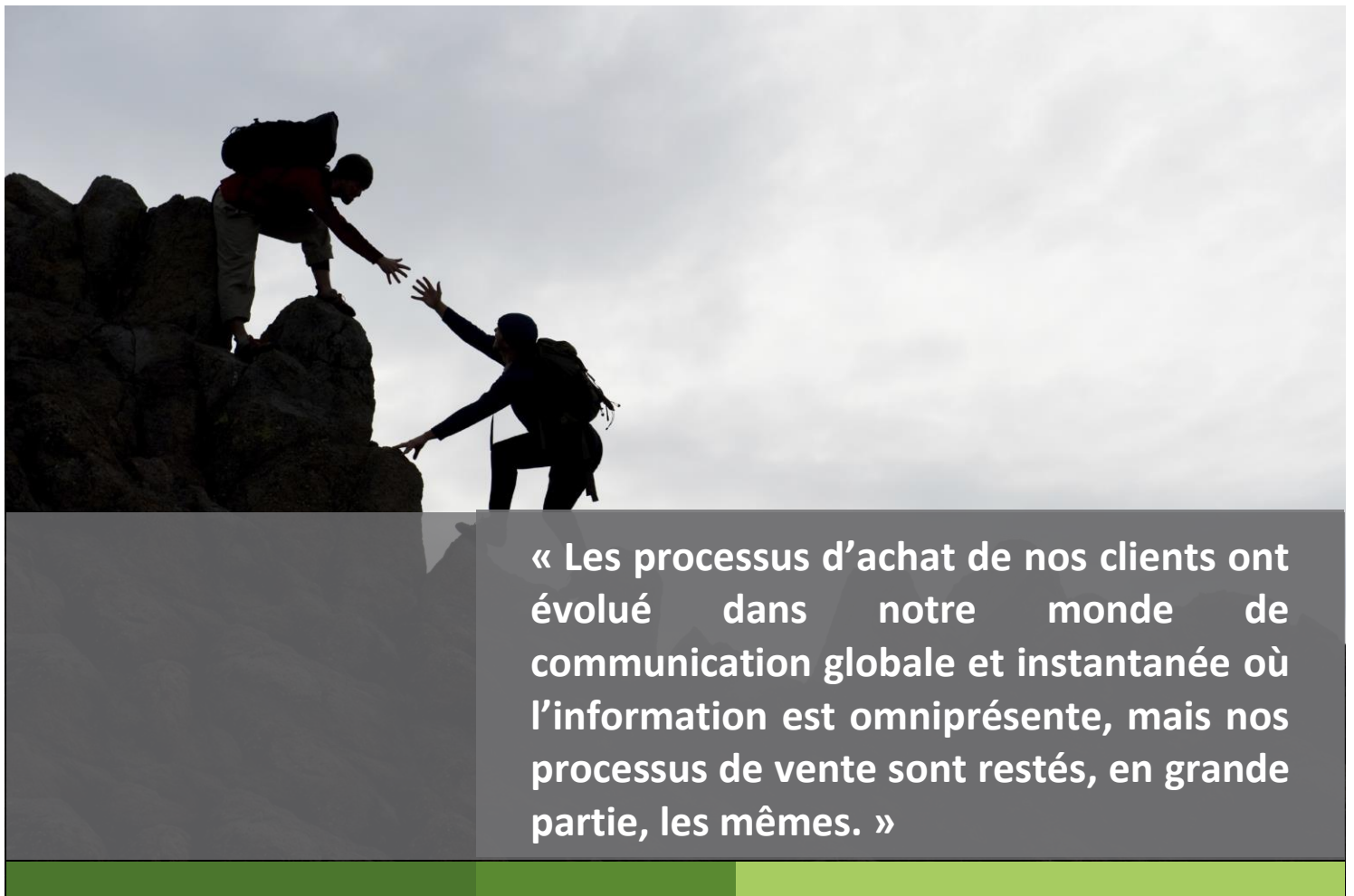


Par


**MISSION
CLIENTS**

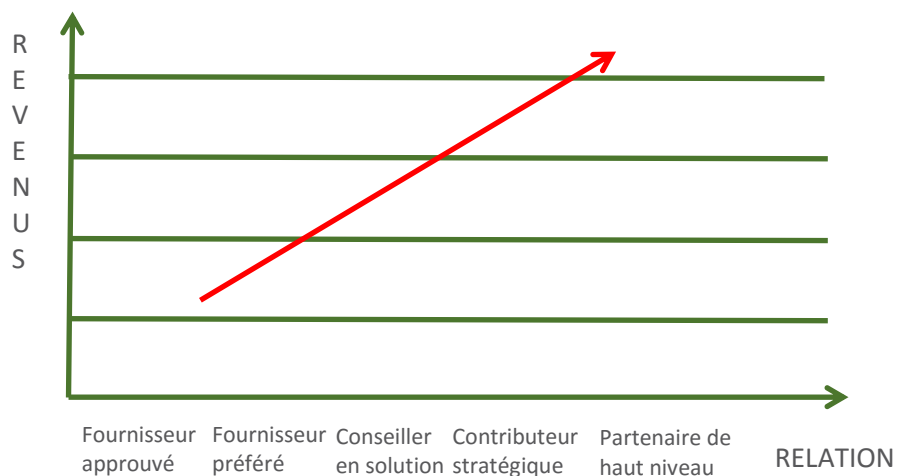
Partenaire
de votre
croissance

DEPUIS **20** ANS



Le défi des dirigeants en vente au niveau des ressources humaines

Alors qu'il n'y a que quelques années, le rôle du représentant était d'informer les individus chez ses clients et prospects sur les produits et services offerts par sa compagnie, aujourd'hui, pour s'établir une clientèle stable, fidèle et rentable, le représentant doit les aider à atteindre leurs objectifs, à régler leurs problèmes et à réaliser leurs projets. La position de fournisseur approuvé ou privilégié était rentable, elle ne l'est plus. Maintenant, il faut devenir contributeur ou partenaire du succès de nos clients.

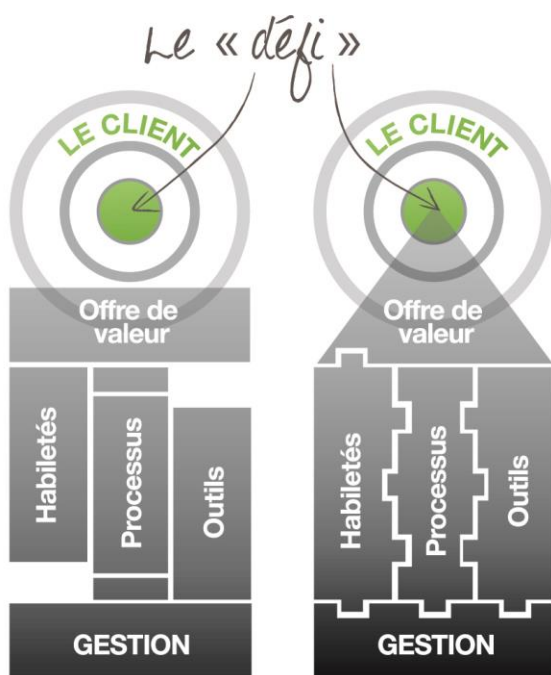


Un périple vers la vente consultative

Les schémas ci-dessous présentent les éléments qui affectent l'efficacité dans le monde de la vente. Le modèle de gauche est typique de beaucoup d'organisations de vente. Chacun des vendeurs poursuit ses prospects et clients avec sa propre offre de valeur, laquelle se résume généralement à une énumération des caractéristiques des produits et des services et ne s'adresse pas aux défis ou objectifs corporatifs de ses clients. Dans ces situations, nous identifions généralement autant de processus de ventes qu'il y a de vendeurs dans la compagnie. Cette situation sera responsable de perceptions variées des services ou produits offerts et de l'offre de valeur de la compagnie. Elle est aussi à la base de cauchemars pour les gestionnaires en vente et prévient toute forme de projections crédibles.

Le modèle de droite est celui vers lequel de plus en plus les compagnies veulent tendre : une orientation corporative vers les clients, afin de mieux se défendre contre une compétition de plus en plus féroce (Chine, Inde, Mexique ou l'internet pour en nommer que quelques-uns.)

Même si plusieurs compagnies déclarent haut et fort que leur actif le plus précieux est leur personnel, le manque d'investissement dans leur croissance professionnelle est trop fréquent. Les outils technologiques peuvent être efficaces, mais trop de compagnies oublient des outils de base mais combien importants sinon critiques telles que les bonnes questions à poser pour qualifier un client ou les lettres de références de clients existants. L'évolution vers le modèle de droite est un périple mais avec un engagement corporatif fort et l'ensemble de nos services et programmes, nous pouvons vous aider à l'atteindre.



Si vos vendeurs étaient arrêtés pour avoir vendu, y aurait-il assez de preuves pour les faire condamner?

Mission : Clients a développé une formation de deux jours qui intègre les trois éléments qui favorisent la vente consultative : habiletés, processus et outils.

Objectifs du programme

- Fournir une méthodologie et des outils pour faire découvrir la vente consultative
- Donner l'occasion d'essayer et d'adopter de nouveaux outils
- Augmenter l'efficacité des participants
- Partager nos expériences et nos connaissances
- Tester les nouveaux apprentissages

Méthodologie

- Chaque module de l'atelier de formation est formé des éléments suivants :
- Définition de l'objectif du module
- Présentation par l'animateur de la matière du module
- Discussions avec les participants
- Exercices en utilisant des dossiers réels du bureau
- Commentaires et partage de l'apprentissage

Jour 1	Jour 2
<ul style="list-style-type: none">➤ Introduction et objectifs➤ Attitude➤ Communications➤ Relations➤ Le processus de vente➤ L'entonnoir des ventes➤ Créer des valeurs stratégiques➤ Solliciter au niveau exécutif	<ul style="list-style-type: none">➤ Le profil d'une opportunité➤ L'analyse compétitive➤ L'analyse d'une opportunité➤ Stratégies de gestion d'opportunité➤ La gestion des activités➤ La revue de compte➤ Le plan de vente personnel➤ Le survivant : "Le jeu !"

Description des modules :

1) L'attitude

Objectif : Développer la bonne attitude requise en vente consultative. Ce module décrit l'importance d'avoir la bonne attitude dans le monde de la vente consultative. La bonne attitude est essentielle, mais sans le souci du client satisfait, le succès sera éphémère.

2) Les communications

Objectif : Réviser et peaufiner vos aptitudes en communication consultative. Une des aptitudes de vie les plus importantes est d'avoir une bonne communication, un atout essentiel pour le professionnel en vente consultative. Nous abordons l'écoute, le questionnement, et la présentation.

3) Les relations

Objectif : Fournir une trousse d'outils de développement de relations d'affaires pour promouvoir le processus consultatif. La vente stratégique, consultative et de relation, sont toutes basées sur le fait d'avoir une bonne relation d'affaire avec le client. Dans ce module, nous discutons du développement des relations d'affaire à long terme pour créer des clients à vie.

4) L'entonnoir des ventes

Objectif : Fournir un outil de gestion en vente permettant de suivre clairement les opportunités de vente en cours. La prévision des ventes est un véritable défi pour la plupart des entreprises. Notre méthodologie offrira une prévision plus rigoureuse, gardera l'entreprise bien enlignée et offrira aux dirigeants des ventes un outil de coaching consistant.

5) Créer des valeurs stratégiques

Objectif : Faire évoluer votre approche de vente d'un produit ou d'un service à la résolution de problème; vous positionner auprès de votre client comme étant leur conseiller. L'un de nos modules les plus populaires au cours duquel nous encourageons vos vendeurs à **ARRETER DE VENDRE** et à commencer à **RÉSOUTRE**. Le but d'amener l'approche de vente au niveau de conseiller en affaires, est de positionner le professionnel de vente stratégiquement vis-à-vis leurs clients. Les professionnels de la vente qui ont réussi à se repositionner comme conseillers ont connu une croissance importante de leurs marges de profits et ont rehaussés leurs relations d'affaires en utilisant cette méthodologie proposée.

6) La gestion d'opportunités

Objectif : Adopter une méthodologie de vente consistante dans le but d'optimiser votre moyenne de closing. Nos modules portant sur la gestion des opportunités couvrent les aspects de développement de marché. Notre expérience démontre hors de tout doute qu'il n'y a jamais de problèmes de closing et que le problème réel est au niveau de la qualification. Notre méthodologie offrira à l'équipe de vente les outils leur permettant de bien qualifier leurs opportunités sans faire fuir leurs prospects.

Module en quatre tableaux :

- **Le profil de l'opportunité** : Ce module porte sur le profil d'une opportunité et couvre la compréhension de la situation actuelle du client, ce qui permet de déterminer si nous voulons poursuivre cette opportunité.

- **L'analyse compétitive** : Dans ce module, nous analysons nos concurrents, vus par nos clients. Sans cette information, nous sommes vraiment en train de poursuivre des opportunités aveuglément; par conséquent, ne pouvons pas développer une vraie stratégie de vente.
- **L'analyse d'une opportunité** : Ayant évalué une opportunité et la compétition, nous pouvons analyser notre situation présente, c'est-à-dire, déterminer si nous gagnons ou perdons la vente et avec qui, ce qui reste à faire pour se positionner comme la meilleure solution.
- **La stratégie de gestion d'une opportunité** : Maintenant, nous sommes en mesure de pouvoir dessiner notre stratégie de vente. Nous offrons cinq stratégies différentes, testées et éprouvées, vous permettant de vous améliorer au cours de ce programme.

7) La gestion des activités

Objectif : Introduire une série d'outils de développement de marché pour remplir le pipeline de ventes. La prospection, ce n'est pas attendre que le téléphone sonne. Dans ce module, nous discutons des différents mécanismes pour générer et identifier de nouvelles opportunités de vente. De plus, nous vous présentons un plan de vente personnel qui aidera les dirigeants ainsi que les professionnels de la vente à établir et à suivre les objectifs visés d'activités de vente.

8) La revue de compte

Objectif : Développer votre approche de gestion de compte au point où vos clients font partie de votre équipe de vente. Ce module s'adresse à la gestion de votre base de clients existants. Les aptitudes requises pour être efficace par rapport à la gestion de compte sont très différentes des aptitudes de développement de marché. Il est primordial de développer ces aptitudes de gestion de comptes qui nous amèneront des mandats additionnels ainsi que des références.

8) Le "Jeu !"

Un exercice en équipe qui permet de faire une révision complète de chacun des modules

À la fin de la formation, les participants auront leur cahier de formation, un système et un formulaire de gestion d'opportunités et un entonnoir des ventes en affiche.

Coaching de la gestion de vente- Survol du programme

Objectif – Fournir à nos clients un support proactif au cours de leur cheminement vers une efficacité accrue des ventes, et ceci, par l'intermédiaire d'une série d'ateliers de coaching mensuels. L'efficacité en vente est un cheminement. Elle ne s'atteint pas uniquement par l'acquisition d'aptitudes en ventes, en négociations et/ou en présentation. Elle ne peut être atteinte non plus par l'acquisition d'outils de ventes, tels que des ordinateurs portables.

Notre expérience nous prouve que même les programmes de ventes les plus efficaces ne fournissent qu'un changement temporaire par rapport à notre attitude et notre comportement, et ne trouvent leur place que sur des tablettes de bibliothèque. Mission: Clients a su développer une approche unique et intégrée qui assiste ses clients dans leur cheminement vers la vente efficace. Le plus gros défi en affaires de nos jours, n'est pas de proposer une vision, des stratégies ou des idées. Le vrai défi est au niveau de l'implantation. Notre programme de coaching en gestion des ventes est une composante importante pour aider nos clients à atteindre leurs objectifs de revenus et de rentabilité.

SURVOL DU PROGRAMME DE COACHING

L'expérience nous a bien montré que le changement au niveau du comportement d'un professionnel de la vente ne se concrétise pas en leur faisant remplir une multitude de formulaires. En fait, la plupart des professionnels de la vente détestent le travail administratif et l'informatique. Après tout, investir du temps auprès des clients, n'est-ce pas ce qui bâtit des relations d'affaires à long terme et qui génère des revenus? Le but est d'offrir à l'équipe de vente une méthodologie facilement utilisable et qui ne sera pas perçue comme de la lourdeur administrative. Nous favorisons un système simple mais efficace qui favorisera l'atteinte du comportement désiré. Nous avons dessiné notre programme pour qu'il soit utilisé plutôt que meubler une étagère de bibliothèque. La clé est donc de leur fournir une méthodologie simple avec une série de sessions complémentaires qui réitérera cette approche.

Après la formation en vente consultative, nous vous proposons une série d'ateliers de coaching et de 'mentorat' d'une durée d'une demi-journée. Nous avons trouvé que les meilleurs résultats ont été obtenus lorsque nous tenons ces sessions sur une base mensuelle, durant une période de 6 à 24 mois. L'emphase de ce programme est sur la méthodologie qui a été enseignée lors du programme de formation en vente consultative. Nous misons sur les points suivants:

- Gestion du pipeline d'opportunités
- Gestion et stratégie d'opportunités et de comptes
- Planification d'activités et établissement d'objectifs
- Raffinement du processus de vente



MISSION

Partenaire
de votre
croissance

3013 boul. Industriel, suite 140, Laval, QC, H7L 3W9
514 498.9779 ventes@mission-clients.com
www.mission-clients.com