



Formation n°33 – Prospector et vendre efficacement de la formation à l'aide du numérique et des réseaux sociaux

## VENDRE PLUS ET MIEUX DU SERVICE OU DE LA FORMATION

*Développer vos techniques de vente B to B*

### Description

Que vous souhaitiez trouver de nouveaux prospects, fidéliser vos clients ou encore développer votre centre de formation, la prospection peut vous aider... à condition d'avoir la bonne stratégie et les bons outils ! (Mais vous le savez déjà sinon vous ne seriez pas ici).

L'objectif de cette formation est simple : vous transmettre les clés pour gagner en efficacité et développer votre CA.

Le formateur indépendant doit se placer en conseiller à forte valeur ajoutée et être capable d'apporter des solutions réelles et rapides aux demandes des clients de plus en plus complexes.

Cette formation en prospection et vente de formation et de conseil en BtoB vous permettra d'identifier les facteurs révélateurs d'une approche conseil, de travailler votre posture de conseiller, d'appréhender les processus d'achat / vente et de maîtriser toutes les étapes de la vente.

### Objectifs

- Comment trouver des contacts par prospection traditionnelle et par les réseaux sociaux
- Découvrir une méthodologie de vente, pour savoir vendre et négocier
- Appréhender les processus d'achat de vente
- Maîtriser les étapes de la vente : contacter, connaître, convaincre, conclure

### Les stagiaires repartent avec...

- 5 réflexes comportementaux de la vente
- Des scripts de conduite de l'entretien de découverte
- Pratiquer le closing en 3 temps pour verrouiller le client
- Des techniques pour renforcer l'impact de son argumentation et pour inciter le client à passer à l'action

### Profil stagiaire

- Formateur Consultant ou Formateur Coach indépendant
- Commercial d'un organisme de formation
- Patron d'un organisme de formation

### Prérequis

- Avoir une activité à développer ou à créer

### Les + de la formation :

- Une pédagogie expérientielle : les outils et méthodes proposés sont directement utilisés par les apprenants pour leur projet
- Le format interactif favorisera les partages d'expériences entre participants

### Moyens pédagogiques et techniques mis en œuvre :

Chaque module comporte en alternance :

- Des temps d'exposé et de présentation théorique
- Des temps de démonstration et d'observation
- Des temps de manipulation, des outils pédagogiques par les stagiaires avec supervision de professionnels expérimentés
- Des temps d'échanges et débats entre participants sur base de situations concrètes

Un livret est fourni à chaque stagiaire en amont de la formation

### Les modalités d'évaluation :

- La pédagogie de cette formation s'appuie sur le « **Learning by Doing** » (nombreuses mises en pratique)
- Mises en application systématiques tout au long de la formation sur les projets des participants

### Déroulé envisagé

*A titre indicatif, le contenu sera adapté en fonction des besoins des stagiaires.*

#### **Génération de contacts qualifiés**

- Détection des interlocuteurs clés des entreprises ciblées
- Structuration organisée d'un plan de prospection
- Identification des problématiques pour les clients visés
- Production d'un contenu de qualité sur les réseaux sociaux professionnels afin de construire une communauté de pairs sur les enjeux des clients (Social Selling)
- Élaboration d'un script d'entretien efficace basé sur la valeur apportée au client

#### **Obtenir des Leads par les réseaux sociaux.**

- Recherche d'informations ciblées sur le client potentiel afin de l'utiliser comme accroche selon la méthode
- Construction méthodique d'un script d'accroche
- Rédaction d'un mail impactant en cohérence avec la situation du client

#### **Mener un entretien de découverte des besoins du client en lien avec une offre de service/produit B2B**

- Établir une trame d'entretien adaptée à l'interlocuteur ciblé
- Questionner les prospects d'un grand compte selon la Méthode SPIN (Situation, Problèmes, Implication, Nécessité de payer), sur leurs enjeux métiers
- Identifier la valeur de la résolution de la problématique pour le client
- Mener un entretien selon un entonnoir qui amène vers le *closing* de la vente

#### **Concevoir et présenter une offre commerciale de manière claire et compréhensible, en lien avec le besoin du client**

- Structuration d'une réponse commerciale basée sur la valeur ajoutée pour le client
- Construction financière d'un retour sur investissement

#### **Négocier et défendre les marges de son offre commerciale**

- Préparation complète d'une négociation commerciale
- Conduite structurée des débats lors d'une négociation commerciale
- Identification des profils psychologiques des interlocuteurs pour mener à bien la négociation commerciale
- Établissement d'une matrice financière des « concessions/contreparties »

## Informations

### Tarifs :

Tarif par personne en inter-entreprise : 1 650 € HT, soit 1 980 € TTC

Tarif intra-entreprise pour plusieurs stagiaires : 4 950 € HT, soit 5 940 € TTC

**Durée :** 10 modules de 2 heures soit 20 heures de formation

### Nombre de participants :

Nombre minimum de participants : 1

Nombre maximum de participants : 6

**Optimum : 4 participants**

Nous vous établirons un devis gratuitement  
Contactez-nous pour tout renseignement au **09.70.82.12.80** ou écrivez-nous  
à [contact@histoiredereussir.fr](mailto:contact@histoiredereussir.fr)