

Vendre un projet, une mission au client

1 jour

Objectifs

C'est par là que tout commence sur le terrain. Un savoir-faire indispensable pour tout commercial. Comment se démarquer des autres et gagner la confiance du vrai décideur.

Participants

Commerciaux

Pré-requis

La personne formée doit avoir des connaissances de base de vente et avoir été en contact avec des clients au cours de son expérience professionnelle.

Contenu détaillé

Vendre un E.R.P. : Les attentes du marché

- Les différents E.R.P.
- Les différents types d'intervention : quels savoir-faire ?
- Le marché en Région, l'Editeur Microsoft : comprendre la stratégie des acteurs.

Le processus d'avant-vente

- Prospector : les différents canaux, réussir le premier contact.
- Qualifier le besoin, comprendre l'écosystème "achat" du client.
- Structurer l'intervention : questions clés, hypothèses, pistes de travail, création de valeur pour le client, identifier le décideur.

Élaborer la proposition

- Le contenu de l'offre
- Rendre le contenu attractif.
- Évaluer la charge de travail.
- Valoriser les licences
- Valoriser la maintenance Editeur
- Valoriser la Hot-Line
- Notion de Retour sur Investissement

Gagner l'accord du client

- La soutenance.
- Entamer la négociation sur des bases saines.
- écouter ses partenaires pour comprendre leurs besoins
- argumenter pour influencer la négociation

Le processus de négociation.

- Les erreurs à éviter en avant-vente.
- Rechercher un accord mutuellement satisfaisant
- Résistez à l'objection prix
- Gérer les objections de façon constructive
- jouer sur les marges de manœuvre de chacun sans perdre de vue son objectif.
- Obtenez des contreparties
- Conclure un accord pérenne