



Stratégie d'affaires pour ventes complexes

Objectifs

Donner les clés d'organisation et de comportements adaptés à la vente aux Grands comptes ou en situations complexes.

- Comprendre les mécanismes des ventes complexes
- Identifier et mettre en oeuvre les stratégies adaptées
- Améliorer l'efficacité des actions engagées

Contenu

Les étapes clés de la vente complexe :

- Découvrir les besoins des clients
- Structurer les étapes de vente
- Les mettre en œuvre
- Les 3 niveaux de la stratégie

La qualification des opportunités commerciales :

- Le PCC
- Le Go/No Go

La stratégie de contact :

- Rôle des interlocuteurs
- Profil de décision
- Réaction aux changements

La stratégie d'action :

- Passer de l'analyse à l'action méthodique
- Hiérarchiser et planifier ses actions
- Evaluer le poids relatif des actions

Pédagogie

Ce stage propose une alternance d'apports théoriques et de mises en situation. Une étude de cas pratique est réalisée (cas réel en intra) autour d'une grille d'analyse stratégique.

Chaque participant élabore avec l'aide du consultant son Plan d'Engagement Personnel et de Suivi (PEPS) pour adapter les notions acquises à sa réalité professionnelle.

Public

Tout manager ou commercial gérant des affaires à cycle long, dans des univers à décision multiples.

Durée

2 jours

Animation

intra-entreprise
Inter-entreprises

Contact

Tél. 01 49 69 47 00
Email : infos@b-flower.com
www.b-flower.com

Nombre maximum
de participants : 9

Le + de ce stage :
la matrice de revue d'affaires
b-flash !

