

Pourquoi les ingénieurs « patchés » font les meilleurs vendeurs

Objectif

Le processus des ventes est un « process » au même titre qu'un process de production dans une entreprise. Il est régi par des règles précises qui, quand elles sont convenablement intégrées, permettent de renforcer la conscience commerciale et l'efficacité au sein de l'entreprise.

L'ingénieur joue un rôle primordial, parfois sans en avoir conscience, durant ce process de vente. L'objectif de ce programme de formation concentré sur 3 jours est de conscientiser l'ingénieur à son rôle commercial primordial, lui donner les clés qui lui permettront de comprendre le processus d'achat chez son client potentiel et, ainsi, renforcer son potentiel commercial.

Groupe cible

Ce programme de formation est destiné aux ingénieurs qui se retrouvent de manière régulière ou irrégulière en contact avec des clients. Ils peuvent mais ne doivent pas nécessairement posséder de responsabilité commerciale. Si les produits et/ou les services proposés par votre entreprise sont sophistiqués, si vos clients potentiels sont caractérisés par un processus de décision élaboré et par de multiples utilisateurs, cette formation contribuera à renforcer votre présence technico-commerciale.

Cette formation s'adresse aux ingénieurs amenés à jouer un rôle commercial et à ceux qui sont impliqués dans le processus commercial : Technico-commercial, Directeur Général de PME, Product Manager, Gestionnaire de Projets, Key Account Manager, Business Development Manager.

Programme

1. Phase de différenciation : spécificités de phases complexes

- Quelles sont les spécificités des ventes complexes ?
- Comment la fonction commerciale est-elle perçue par l'ingénieur ?
- Comment gérer l'incertitude de l'issue du processus de vente ?
- En quoi consiste le « patch commercial »
- Quelles sont les différentes techniques de vente ?

- Qu'est-ce qui différencie les ventes complexes des ventes simples ?
- Quelles sont les spécificités et les tendances de marché des ventes complexes ?
- Qu'est-ce que vendre un produit, un service ou une solution ?
- Qu'est-ce qu'une stratégie commerciale, une tactique commerciale ?

2. Phase de communication opérationnelle : du problème à la solution

- Quand commence un entretien commercial ?
- Comment mesurer le succès d'un entretien commercial ?
- Comment maîtriser son entretien commercial ?
- Comment déceler un besoin et développer le besoin ?
- Pourquoi les « ficelles » ne fonctionnent pas dans un processus de ventes complexes ?
- Qu'est-ce qu'un signal d'achat ?
- Comment argumenter efficacement ?
- Comment gérer les objections ?

3. Phase tactique : comprendre les contraintes de mon client

- Différence entre cycle de vente et cycle d'achat
- Les tactiques d'introduction chez un prospect
- Qu'est-ce qu'un processus de décision dans le cas de ventes complexes ?
- La notion de décideur a-t-elle changé ?
- Le concept de différentiateur et de critère de décision ?
- La notion de vulnérabilité
- Que se passe-t-il juste avant et juste après que la décision soit prise ?
- Quel est le rôle du réseau dans un processus de vente ?
- Quand commence la négociation ?

4. Une journée « Golden Practice » pour acquérir de l'aisance et de la fluidité dans les situations de présentation, de contact et de vente. Poser les questions qui feront mouche, celles qui vont offrir l'opportunité d'aller plus loin. Parer aux objections avec tact, esquiver les refus avec finesse, transformer un non en oui et conclure avec naturel.

Formateurs

Cette formation est assurée par Raymond Jonkers, Geneviève Smal et par Pierre Peiffer.

Raymond Jonkers est licencié en EAA de l'ULg. Il cumule 35 d'expérience en IT et finance, 30 ans de vente et 20 ans de Direction Générale. Il contribue aujourd'hui au développement de sociétés en utilisant ses compétences managériales et en transmettant son savoir commercial.

Pierre Peiffer est licencié en Sciences de l'ULB. Il analyse et développe depuis 10 années les compétences managériales et commerciales d'ingénieurs et de scientifiques qui évoluent dans des processus commerciaux complexes.

La journée « Golden Practice » est animée par **Geneviève Smal**, comédienne. Plus de quinze ans d'expérience dans la formation en communication verbale et relationnelle lui confèrent une grande expérience des formules et potions magiques. Diplômée en Communication, en Management et Conseil en entreprise, Geneviève Smal met son Premier Prix de Conservatoire en Arts de la Parole au service de ceux et celles qui veulent aller plus loin.

Acquis à l'issue de la formation

A l'issue de cette formation commerciale, les ingénieurs seront capables d'identifier de manière adéquate la phase du processus commercial dans lequel ils évoluent. Ils auront acquis les bases d'une technique de questionnement qui contribue de manière significative à renforcer les chances de succès d'un processus commercial dans un environnement de haute technologie. La notion de processus d'achat permettra également au participant de se poser les bonnes questions lors de ses entretiens. L'importance de l'utilisation d'un réseau bon moment et à bon escient durant le processus de vente sera également soulignée.

Prix

1440€ hors TVA (21%) par session et par participant

1920€ hors TVA (21%) par session avec Golden Practice inclus

Intra-entreprises

Si vous souhaitez développer, pour vos collaborateurs, une formation spécifique à votre entreprise et votre segment de marché, nous élaborons des modules qui correspondent exactement à vos besoins. Contactez-nous pour plus de renseignements.

Lieux et dates des sessions inter-entreprises

Ville	Lieu	Session	Date
Liège	WSL	Session d'automne	21-09 et 22-09-2010 et 26-10-2010 de 9h00 à 17h00
Liège	WSL	Session d'automne avec Golden Practice	21-09 et 22-09-2010 et 26-10-2010 de 9h00 à 17h00 Golden Practice : 27-10-2010 de 9h00 à 17h00
Liège	WSL	Session d'hiver	19-10 et 20-10-2010 et 23-11-2010 de 9h00 à 17h00
Liège	WSL	Session d'hiver avec Golden Practice	19-10 et 20-10-2010 et 23-11-2010 de 9h00 à 17h00 Golden Practice : 24-11-2010 de 9h00 à 17h00

Plus d'informations

Tél : 04 37 29 316

info@pnpmanager.com