

TIRER AVANTAGE DE LA CRISE POUR VENDRE PLUS

La visite de bilan : donner la parole à nos clients

◆ **Personnes concernées**

- ✓ Commerciaux
- ✓ Ingénieurs commerciaux
- ✓ Technico-commerciaux
- ✓ Responsables grands comptes et comptes clés

◆ **Objectifs :**

- ✓ Augmenter les parts de marché chez nos clients en période difficile
- ✓ Développer une relation commerciale transparente dans une logique « gagnant-gagnant »
- ✓ Apporter une vraie valeur ajoutée à travers une « offre de crise »
- ✓ Emporter l'adhésion sous l'angle du conseil

◆ **Philosophie générale de la méthode :**

- ✓ Privilégier l'approche « client » à l'approche « produit »

◆ **Contenu :**

Introduction : le contexte de crise

- ✓ La positive attitude
 - Préparation mentale
 - Communication positive
 - Adaptation du discours positif au profil psychologique du client
- ✓ Les leviers de développement du chiffre d'affaires
 - Prospection
 - Fidélisation
- ✓ Les 3 piliers de la relation client - fournisseur
 - Technique
 - Commercial
 - Humain

ETAPE 1 : L'EQUILIBRE DU BILAN

Introduction

- ✓ Définition et intérêt du bilan

La préparation

- ✓ Cibler les clients concernés par la démarche
- ✓ Anticiper les causes de mécontentement probables et préparer des réponses/solutions
- ✓ Repérer les axes de développement commercial chez le client.

La démarche auprès du client

- ✓ Le questionnement et l'écoute comme accélérateur de vente : la parole au client
 - Points d'insatisfaction/de satisfaction
 - Points d'amélioration
- ✓ La matérialisation de l'écoute par un support écrit spécifique
- ✓ Les comportements et attitudes
 - Les comportements clés
 - Les comportements interdits

Purger les freins au développement du business

- ✓ Donner des solutions/réponses immédiates
- ✓ S'engager sur des solutions/réponses futures dans un calendrier précis et partagé
- ✓ Equilibrer le bilan

Rebondir commercialement

- ✓ L'implication du client dans une démarche de collaboration gagnant-gagnant afin de conquérir de nouvelles parts de marché
 - Question ouverte
 - Alternative 3 branches

ETAPE 2 : LA RECHERCHE DES SOLUTIONS POSSIBLES EN INTERNE

ETAPE 3 : L'OFFRE GLOBALE

La préparation

- ✓ L'Offre à tiroirs
- ✓ Le Plan d'Action Client

La démarche auprès du client

- ✓ L'annonce faite au client
 - La proposition des solutions au client
 - La négociation éventuelle des solutions avec le client
- ✓ L'Offre à tiroirs
- ✓ Le Plan d'Action Client (PAC) ajusté au contexte de crise
- ✓ L'argumentation économique
- ✓ Le traitement des objections
- ✓ La conclusion pro active
- ✓ Les solutions de repli en cas d'échec
- ✓ La prise de congés

◆ Méthodologie :

- ✓ Construction d'outils
 - Trame de visite de bilan
 - Plan d'Action Clients
 - Offre à tiroir
- ✓ Réalisation de plusieurs simulations de visite de bilan reconstituant différents cas concrets choisis par les participants
- ✓ Travaux en sous groupes

◆ Durée :

- ✓ 2 jours

INFORMATIONS PRATIQUES

- ◆ **Type de formation :**
 - ✓ inter entreprises

- ◆ **Durée :**
 - ✓ 7 Heures – de 9 H 00 à 12 H 30 et de 14 H 00 à 17 H 30

- ◆ **Date et lieu :**
 - ✓ PARIS : 17 et 18 novembre 2009
 - ✓ RENNES : 24 et 25 novembre 2009

- ◆ **Tarif :**
 - ✓ 890 € HT/participant
 - ❖ Remise de 10 % pour toute inscription avant le 15 octobre 2009
 - ▶ **soit 801 € HT/participant**
 - ❖ Remise de 5 % supplémentaire si 2 inscrits et plus avant le 15 octobre 2009 :
 - ▶ **soit 761 € HT/participant**

- ◆ **Contact : Didier GUERINEL, gérant**
 - ✓ Bureau : 02 96 86 98 23
 - ✓ Portable : 06 74 08 36 53