

Vente sédentaire de logiciels

RS1615 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	326m, 326w
Formacode(s)	34538
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	31/12/2021

Certificateur(s)

EURIDIS MANAGEMENT · SIRET : 41014119600056

Partenaires habilités

9 organismes habilités, d'après la liste publiée par France compétences : 9 à former et organiser l'évaluation.

Organisme	SIRET	Habilitation
EURIDIS MANAGEMENT	41014119600056	Former et organiser l'évaluation
EURIDIS MANAGEMENT	41014119600064	Former et organiser l'évaluation
EURIDIS MANAGEMENT	41014119600106	Former et organiser l'évaluation
EURIDIS MANAGEMENT	41014119600114	Former et organiser l'évaluation
EURIDIS MANAGEMENT	41014119600122	Former et organiser l'évaluation
EURIDIS MANAGEMENT	41014119600130	Former et organiser l'évaluation
EURIDIS MANAGEMENT	41014119600148	Former et organiser l'évaluation
EURIDIS MANAGEMENT	41014119600155	Former et organiser l'évaluation
EURIDIS MANAGEMENT	41014119600163	Former et organiser l'évaluation

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

L'acte de vente B2B, traditionnellement effectué par des équipes de commerciaux terrain, évolue, pour les ventes simples et répétitives (particulièrement pour les logiciels informatiques et les produits de télécommunications) vers la notion de vente sédentaire. Cette approche vente sédentaire B2B est très attrayante pour une entreprise : elle coûte moins cher, est plus facile à piloter, mesurer et ensuite à développer.

Les conditions du succès d'une équipe de vente sédentaire B2B est la création d'une équipe de commerciaux formés aux bonnes pratiques de la vente sédentaire.

C'est l'objet du certificat de compétences de vente sédentaire de logiciels.

La certification a pour objet de former

aux bonnes pratiques de la vente sédentaire B2B appliquées aux logiciels et aux produits de télécommunications (savoir-faires et savoir-être).

A ce titre la certification balaie tout le spectre de la vente sédentaire

- Gérer les appels entrants (téléphone et mail).
- Faire de la prospection téléphonique, de la prise de rendez-vous (si travail en binôme avec un commercial terrain).
- Identifier de nouveaux projets en écoutant, analysant et définissant les besoins du client.
- Renseigner, conseiller le client en apportant une parfaite qualité de service.

- Fidéliser le client en développant une relation de confiance.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

1. Organisation planifiée d'une action marketing ciblée génératrice de prospects

2. Qualification adéquate des

prospects détectés et des appels

entrants

de sorte à identifier l'adéquation du besoin avec l'offre

proposée sur les logiciels (quantifier la taille de l'opportunité commerciale et son degré d'urgence)

3. Mener à distance (téléphone, partage d'écran) un entretien de découverte en mobilisant les techniques de vente permettant d'identifier des besoins

4. Présentation de son offre de manière synthétique, combiné avec une démonstration des fonctionnalités du logiciel ou prise de rendez-vous pour un commercial terrain

5. Finalisation de la

vente en maîtrisant les modèles de négociation d'usage et les prix en abonnement multi-annuel

1. Organisation planifiée d'une action marketing ciblée génératrice de prospects

1.1. Identifier les actions marketing opérationnelles permettant la détection de prospects

1.2 Établir un rétroplanning d'actions marketing en lien avec son activité commerciale quotidienne

2. Qualification adéquate des

prospects détectés et des appels

entrants

de sorte à identifier l'adéquation du besoin avec l'offre

proposée sur les logiciels

2.1 Identifier la nature du prospect et la pertinence de son potentiel commercial

2.2 Utiliser les termes adéquats de qualification des prospects

2.3 Mettre en place un process idoine de qualification des prospects

3. Mener à distance un entretien de découverte en mobilisant les techniques de vente permettant d'identifier des besoins

3.1 Établir une trame d'entretien adaptée à l'interlocuteur ciblé

3.2 Capacité à questionner le prospect selon la Méthode SPIN (Situation, Problèmes, Implication, Need to pay off), sur ses enjeux métiers.

3.3 Mener un entretien selon un entonnoir qui amène vers le closing de la vente

4. Présentation son offre de manière synthétique, combiné avec une démonstration des fonctionnalités du logiciel ou prise de rendez-vous pour un commercial terrain

4.1

Maîtriser la présentation synthétique de l'entreprise (le "Pitch")

4.2

Exposer avec clarté la proposition de valeur de l'offre pour le client

4.3

Présenter les fonctionnalités techniques de l'offre et de répondre aux questions, voire aux objections.

5. Finalisation de la vente

en maîtrisant les modèles de négociation d'usage et de prix en abonnement multi-annuel

5.1 Transformer la présentation de l'offre en finalisation de l'acte de vente

5.2 Mener une négociation selon le modèle "concessions/contreparties"

5.3 Agilité financière dans la finalisation de la vente

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Accessible à toute personne pouvant démontrer une maîtrise des fondamentaux de la vente B2B

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement 31/12/2021

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

et <http://www.euridis-ecole.com/>

;

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/1615/>