

Fondamentaux de la Vente B to B

RS1640 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	326w, 326m
Formacode(s)	34026
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

Développer la performance commerciale de ses équipes de vente est un enjeu clé pour une entreprise. Rien ne sert de concevoir des produits et services si l'on ne parvient pas à les vendre sur son marché.

La vente est un acte qui n'admet pas l'improvisation mais au contraire une technique et un travail construits. La formation aux fondamentaux de la vente B2B a pour objectif d'apprendre à maîtriser les différentes phases de la vente B2B depuis la prospection, la découverte du besoin client, la conception de l'offre commerciale et enfin la négociation commerciale.

Vérification des compétences professionnelles et des savoir-faire des individus dans la vente et négociation inter-entreprises (B2B) dans l'ensemble des situations du cycle de vente. Si cette certification est née à l'origine dans le secteur Informatique et numérique, elle a une dimension inter-sectorielle certaine.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

1. Génération de contacts qualifiés
2. Réaliser des actions de prospection de manière organisée, en mettant en oeuvre des techniques d'appel qui augmentent le taux de transformation de la prise de rendez-vous commerciaux.
3. Mener un entretien de découverte des besoins du client en lien avec une offre de service/produit B2B

4. Concevoir et présenter une offre commerciale
de manière claire et compréhensible, en lien avec le besoin du client
5. Négocier et défendre les marges de son offre commerciale
 1. Génération de contacts qualifiés
 - 1.1 Détection des interlocuteurs clés des entreprises ciblées
 - 1.2. Structuration organisée d'un plan de prospection
 - 1.3 Identifier des problématiques pour les clients visés
 - 1.4 Production d'un contenu de qualité sur les réseaux sociaux professionnels afin de construire une communauté de pairs sur les enjeux des clients (Social Selling)
 - 1.5 Elaborer un script d'entretien efficace basé sur la valeur apportée au client
 2. Réaliser des actions de prospection de manière organisée, en mettant en oeuvre des techniques d'appel qui augmentent le taux de transformation de la prise de rendez-vous commerciaux.
 - 2.1 Recherche d'informations ciblées sur le client potentiels afin de l'utiliser comme accroche selon la méthode "Insight selling"
 - 2.2 Construction méthodique d'un script d'entretien téléphonique
 - 2.3 Rédaction d'un mail ou un courrier de prospection impactant en cohérence avec la situation du client
 - 2.4 Maîtrise des techniques de barrage téléphonique et d'obtention (closing) d'un rendez-vous
 3. Mener un entretien de découverte des besoins du client en lien avec une offre de service/produit B2B
 - 3.1 Établissement d'une trame d'entretien adaptée à l'interlocuteur ciblé
 - 3.2 Questionner les prospects d'un grand compte selon la Méthode SPIN (Situation, Problèmes, Implication, Need to pay off), sur leurs enjeux métiers.
 - 3.3 Identification de la valeur de la résolution de la problématique pour le client
 - 3.4 Mener un entretien selon un entonnoir qui amène vers le closing de la vente
4. Concevoir et présenter une offre commerciale
de manière claire et compréhensible, en lien avec le besoin du client
 - 4.1 Décryptage des enjeux explicites et implicites d'un cahier des charges d'une demande client
 - 4.2 Structuration d'une réponse commerciale basée sur la valeur ajoutée pour le client
 - 4.3 Mobilisation coordonnée des ressources internes de l'entreprise pour bâtir la proposition commerciale
 - 4.4 Construction financière d'un retour sur investissement
5. Négocier et défendre les marges de son offre commerciale
 - 5.1 Préparation complète d'une négociation commerciale
 - 5.2 Conduite structurée des débats lors d'une négociation commerciale
 - 5.3 Identification des profils psychologiques des interlocuteurs pour mener à bien la négociation commerciale
 - 5.4 Etablissement d'une matrice financières des « concessions/contreparties »

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Pratique avérée de la relation client (en B to C ou B to B)

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/1640/>