

# Techniques de vente complexe pour les éditeurs de logiciels



## Description de la formation

La transformation digitale booste les projets logiciels assurant ainsi la croissance des éditeurs de logiciels et ESN du secteur IT B2B. Mais elle favorise aussi la venue de nouveaux concurrents !

Dans ces conditions, il est plus que jamais indispensable d'acquérir les bonnes compétences et les bons réflexes qui leur permettent de maîtriser les cycles de vente longs et complexes auxquels ils sont confrontés et de mener à bien leurs négociations afin de préserver leurs marges.

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de concevoir une stratégie d'approche pour faciliter la conclusion d'affaires complexes.

## Objectifs pédagogiques

- › Définir une stratégie d'approche de son territoire commercial.
- › Concevoir la vente complexe comme un processus.
- › Maîtriser les étapes de la vente d'un logiciel pour aboutir à la signature.
- › Tirer profit des outils et moyens à leur disposition.

## Prérequis

- › Posséder une expérience dans le secteur du logiciel.

## Modalités pédagogiques

- › **Modalité :** Formation réalisée en présentiel ou en distanciel selon la formule retenue.
- › **Méthode :** La formation se déroule entre 50% de théorie et 50% de pratique. Le formateur partage des points théoriques et des cas concrets, lance des discussions et échanges entre les stagiaires et propose des jeux / outils en relation avec le contenu et des mises en pratique.
- › **Support de formation :** Le support de formation utilisé par le formateur est remis au stagiaire à l'issue de la formation.

## Modalités techniques

- › En format présentiel, le formateur dispose d'une présentation (support de formation), d'un vidéoprojecteur (ou TV), de tableaux blancs et de jeux / d'outils pédagogiques.
- › En format présentiel, le stagiaire n'a besoin d'aucun support particulier pour suivre la formation.
- › En format distanciel, le formateur dispose d'une présentation (support de formation), d'une plateforme de visioconférence et d'outils collaboratifs numériques.
- › En format distanciel, le stagiaire a besoin d'avoir une bonne connexion internet et d'un ordinateur équipé d'une webcam et d'un micro.

## Code

MAR030

## Durée

3 jours (21 heures)

## Nombre de participants

Entre 4 (minimum) et 12 (maximum) participants.

## Profil des stagiaires

Toute personne ayant une fonction le service commercial.

## Sanction de la formation

Attestation de fin de formation.

## Accessibilité

Accessible pour les personnes en situation de handicap et aménagement possible en fonction du type de handicap (prévenir avant le début de la formation).

## Modalités et délais d'accès

10 jours minimum avant la formation pour une demande de prise en charge.

## Modalités de suivi et d'évaluation

- › Evaluation préalable.
- › Autoévaluation des acquis au cours des exercices et mises en pratiques au cours de la formation.
- › Evaluation de fin de formation sous forme de test (QCM) afin de valider l'acquisition des compétences et des connaissances.
- › Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de formation.
- › Feuille d'émargement signée par le(s) stagiaire(s) et le formateur, par demi-journée de formation.
- › Attestation de fin de formation.
- › Evaluation de suivi à froid (+ 1 mois).

## Intervenant

Magali est **consultante & formatrice en Marketing Digital et experte Marketing Produit** depuis 15 ans. Elle accompagne à tous les niveaux de l'organisation et est passionnée par les défis du digital.

## Tarifs

- › Interentreprises : 1 012,20 € HT
- › Intra-entreprise : sur demande

## Contenu de la formation

### JOUR 01

#### INTRODUCTION

- › Contexte & Enjeux
- › Tour de table : quelles difficultés rencontrez-vous aujourd'hui ?

#### VALEUR D'UNE OFFRE LOGICIELLE

- › Domaine d'Activités Stratégiques (DAS)
- › Exemple : Apple
- › Compréhension du positionnement et proposition Unique de Valeur
- › Stratégie de commercialisation d'une vente complexe
- › Facteurs clés de succès de la mise en œuvre

#### PRINCIPAUX LEVIERS ET FACTEURS CLES DE SUCCES

- › Compétences et qualités nécessaires : attitude, écoute, état d'esprit
- › Comprendre et diminuer la durée du cycle de vente
- › Social Selling (LinkedIn)
- › Maîtriser le périmètre décisionnel
- › La valeur ajoutée du commercial dans la vente complexe

#### DEFINITION DE SA STRATEGIE COMMERCIALE

- › Compréhension de ses objectifs commerciaux
- › Analyse de son territoire commercial
- › Identifier les cibles parmi les Clients et les Prospects / Identifier les prescripteurs
- › Déterminer une stratégie, les voies tactiques et les moyens opérationnels nécessaires
- › Comprendre et s'appuyer sur les actions marketing
- › Formaliser son plan de territoire
- › Exercice pratique : Concevoir le plan de territoire d'un DAS logiciel donné en utilisant le canevas fourni

#### VENTE COMPLEXE

- › Préparation : Etudier et comprendre
- › La découverte des besoins : Comprendre pour agir
- › La réponse aux besoins : Construire pour gagner
- › La conclusion : Gagner et développer
- › Introduction à la méthode SPANCO

### JOUR 2

#### « S » COMME SUSPECT

- › Étudier l'entreprise visée : marché, position
- › Utilisation d'une matrice SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités & Menaces)
- › Comprendre son interlocuteur

#### « P » COMME PROSPECT

- › Contacter son prospect
- › Le premier contact

#### « A » COMME ANALYSE

- › Questionner
- › Approfondir : budget, délais, criticité, décideurs, ...
- › Enrichir : proposer des alternatives ou un autre angle de vue

#### « N » COMME NEGOCIATION

- › Estimer & élaborer une proposition
- › Construire son argumentaire autour de son logiciel
- › Démontrer la valeur
- › Jeux de rôle : Présentation de la proposition commerciale au client dans un contexte logiciel de gestion (ERP)

#### « C » COMME CONCLUSION

- › Clore la négociation
- › Expliquer les modalités : budget, conditions de vente, ...
- › Jeux de rôle : Entretien de négociation et conclusion de l'affaire dans un contexte logiciel de gestion (ERP)

#### « O » COMME ORDRE D'ACHAT

- › Tenir les délais
- › Etendre son réseau
- › Mesurer la satisfaction client

### JOUR 3

#### MISES EN SITUATION

- › Les stagiaires reprennent l'ensemble des apprentissages et les mettent en œuvre dans le cadre de cas pratiques, exercices et réflexions collectives.