

## Techniques de vente complexe pour éditeurs de logiciels

*Maîtriser les étapes de la vente jusqu'à la conclusion de l'affaire*

*A l'issue de cette formation, les participants seront capables de :*

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

*Les animateurs de cette formation ont une forte expérience de la vente d'offres logicielles.*

**Durée:** 21.00 heures (3.00 jours)

**Avis clients :** A chaud : 9,7/10, à froid : 9,3/10

### Profils des stagiaires

- Cette formation s'adresse aux personnes ayant une fonction dans le service commercial d'un éditeur de logiciels (Directeurs, Ingénieurs d'Affaires, Ingénieurs Commerciaux) ou le Business Développement

### Prérequis

- Cette formation sera profitable aux personnes ayant une expérience du secteur du logiciel.

## Objectifs pédagogiques

- Comprendre les spécificités de la vente complexe dans un contexte éditeur de logiciels
- Intégrer les nouvelles approches de génération de leads et de prospection
- Définir une stratégie d'approche de son territoire commercial
- Concevoir une approche structurée pour chaque étape du processus de vente d'un logiciel
- Comprendre les motivations d'achats et démontrer la valeur de son offre
- Savoir bien se positionner dans le contexte d'une affaire
- Faire la différence face aux forces en présences pour aboutir à la signature
- Maîtriser les 4 étapes de la vente d'un logiciel jusqu'au closing
- Tirer profit des outils et moyens à leur disposition

## Contenu de la formation

- Introduction : Le secteur de l'édition des logiciels
  - Panorama du marché de l'édition de logiciels, tendances, perspectives et innovations
  - Différences entre éditeurs horizontaux et éditeurs sectoriels
  - Le SaaS : avantages et évolution du business model
  - Priorités technologiques des éditeurs et les modèles de contractualisation
  - Opportunités du secteur du logiciel

Date de mise à jour du programme : 27/02/2024

- Qu'est-ce qu'une vente complexe
  - Les spécificités de la vente de logiciels
  - Compréhension des offres logicielles (On premise, Saas, Plateforme, ..)
- Compréhension de la valeur de mon offre logicielle
  - Compréhension du positionnement et de la proposition unique de valeur de ses offres
  - Détecter les véritables besoins, problèmes, douleurs et conséquences
  - Évaluer la maturité et la résistance aux changements de sa cible
  - Stratégie de commercialisation d'une offre complexe
  - Exprimer sa proposition de valeur et l'appliquer à un contexte prospect
  - Exercices pratiques : Exprimer la proposition de valeur de son offre sur ses cibles clients en utilisant le canvas fourni
  - Étude de cas : Proposition de valeur avec Beekast
- Principaux leviers de la Vente Complexe et facteurs clés de succès pour un éditeur de logiciels
  - Vente de la valeur et des bénéfices
  - Les opportunités de l'ère du numérique : le « social selling » et la vente à distance
  - Comprendre et maîtriser le cycle de vente dans la vente complexe
  - Détecter le périmètre décisionnel. Le rôle des achats
  - Le rôle du commercial évolue dans la vente complexe
  - Exercice pratique : Explorer les richesses des réseaux sociaux : rechercher toutes les informations pertinentes concernant un prospect donné en utilisant le canvas fourni
  - Quiz
- Définition de la stratégie commerciale
  - Compréhension de ses objectifs commerciaux (new business et récurrent)
  - Définition de son plan de territoire commercial ou plan de compte
  - Identifier les cibles parmi les clients, prospects et suspects. Identifier les prescripteurs
  - Déterminer une stratégie, les voies tactiques et les moyens opérationnels nécessaires
  - Capitaliser sur ses clients référents
  - Les actions marketings génératrices de « Sales Qualified Leads »
  - Les interactions avec le service marketing
  - Webinars, livres blancs, études de cas en appuie de la prospection commerciale
  - Utiliser LinkedIn pour promouvoir un contenu marketing
  - Exercice pratique : Concevoir un plan de territoire en utilisant le canvas fourni
  - Jeu de rôle : Contacter un suspect en s'appuyant sur un contenu marketing
- L'évolution du rôle et du comportement du commercial dans la vente complexe
  - Les compétences et qualités nécessaires : attitude, écoute, état d'esprit, conseils
  - Le « Challenger Seller »
  - Exercice pratique : test individuel profil commercial
- La vente complexe en 4 étapes
  - Panorama des exemples de techniques de ventes disponibles (boîte à outil) à utiliser dans les différentes étapes de la vente
  - Les 4 étapes de la vente
- Étape 1 : Étudier et comprendre son prospect
  - Recherche d'information : étudier l'entreprise, marché, position, SWOT
  - Se préparer pour aborder son prospect

Date de mise à jour du programme : 27/02/2024

# ROUTE TO BUSINESS

574 chemin de Wette Fays

69300 Caluire-et-Cuire

Email: [anaissoragna@route2business.fr](mailto:anaissoragna@route2business.fr)

Tel: +33478725264



- Comprendre son interlocuteur, son pouvoir
- Imaginer leurs contraintes et préoccupations
- Questionner pour mieux les connaître
- Suggérer et montrer son expertise
- Jeu de rôle en groupe : Préparer et conduire un premier entretien avec un prospect dans un contexte de vente d'une solution complexe (réelle ou fictive)
- Étape 2 : Comprendre pour agir
  - Interprétation et analyse des informations
  - Explorer toutes les problématiques d'entreprise et de votre interlocuteur
  - Évolution d'un lead vers une opportunité
  - La qualification : établir et confirmer le périmètre - Estimer et qualifier notre capacité à répondre
  - La dimension budgétaire, calendrier, criticité, décideurs, concurrence, expertise
  - Enrichir : proposer des alternatives, un autre angle de vue
  - Vision d'une solution pour une problématique
  - Définir les conditions du succès de l'affaire
  - Exercice individuel : comprendre les douleurs et motivations d'achat du prospect rencontré lors du précédent exercice. Déterminer la stratégie de réponse attendue et les différenciants en s'appuyant sur la proposition de valeur de son offre.
- Étape 3 : Construire pour gagner
  - La proposition de valeur envisagée pour le client
  - Identifier les stakeholders, leur motivation
  - Bâtir un « argumentaire solution » approprié pour chaque offre et chaque situation
  - Effectuer la démonstration du logiciel : objectifs recherchés
  - Élaborer la proposition commerciale : le fond et la forme : composition du document
  - La soutenance : défendre sa proposition et son expertise
  - Comprendre les objections et savoir les traiter
  - Jeu de rôle en groupe : Présentation de la proposition commerciale au client (soutenance). Chaque participant jouera un rôle : commercial, acheteur, challenger, champion. L'exercice pourra être filmé pour discussion à posteriori.
  - Exercice Challenge : techniques de réponse aux objections
- Étape 4 : Gagner et développer
  - Le bon timing, percevoir les signaux positifs ou négatifs, garder la maîtrise du cycle de vente
  - Comprendre les tensions, gérer l'influence
  - L'engagement comme méthode de closing
  - Être à l'aise devant l'objection prix
  - Rester concentré sur l'objectif final
  - Étendre son business et capitaliser sur ses réussites
  - Jeu de rôle : Entretien de négociation et conclusion de l'affaire dans un contexte logiciel réel ou fictif

## Organisation de la formation

### Equipe pédagogique

Pierre Choty

Consultant, Spécialiste en Management Commercial

Date de mise à jour du programme : 27/02/2024

## ROUTE TO BUSINESS

574 chemin de Wette Fays  
69300 Caluire-et-Cuire  
Email: [anaissoragna@route2business.fr](mailto:anaissoragna@route2business.fr)  
Tel: +33478725264



@ : [pierrechoty@route2business.fr](mailto:pierrechoty@route2business.fr)  
Tél : 06 62 38 88 75

Anais Soragna  
Responsable administratif / référent handicap  
@ : [anaissoragna@route2business.fr](mailto:anaissoragna@route2business.fr)  
Tél : 04.78.72.52.64

### Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des apprenants dans une salle dédiée à la formation.
- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Quiz en salle
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.

### Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaires d'évaluation de la formation.
- Certificat de réalisation de l'action de formation.

### Accessibilité

Formation à distance ou en présentiel, en inter ou intra-entreprise  
Pour les formation en ligne, une bonne connexion internet est indispensable.  
En présentiel, les locaux sont conformes à la réglementation sur l'accessibilité dans les ERP.

Pour tout besoin spécifique, merci de contacter notre référent handicap :  
Anais Soragna : [@anaissoragna@route2business.fr](mailto:anaissoragna@route2business.fr) / 0478725264

### Delai d'accès à la formation

Les inscriptions sont ouvertes jusqu'à 1 semaine avant le début de la formation.

Date de mise à jour du programme : 27/02/2024