

### Vente du SaaS à l'international

*Le cloud a permis la globalisation des solutions logicielles au travers de l'apparition des modèles de déploiement SaaS. Ces applications sont des véritables accélérateurs de croissance pour les éditeurs à l'international.*

*Réussir l'internationalisation est devenu un enjeu stratégique pour les éditeurs de logiciels, qui reste néanmoins un challenge à relever pour eux.*

*Il est essentiel de définir une stratégie d'internationalisation et une approche commerciale propre à chaque pays ciblé, qui prend en compte la culture des pays et votre éloignement géographique.*

*L'objectif de cette formation est de sensibiliser votre équipe commerciale sur les différences culturelles, et renforcer leur connaissance des techniques de vente à appliquer dans un contexte international.*

**Durée:** 14.00 heures (2.00 jours)

**Avis clients :**

#### Profils des stagiaires

- Cette formation s'adresse aux commerciaux et consultants chargés du développement commercial et gestion de la relation avec des clients dans un environnement international.

#### Prérequis

- Aucun pré-requis nécessaire

#### Objectifs pédagogiques

- Comprendre les spécificités de la vente d'une offre SaaS dans un contexte international
- Concevoir une approche structurée pour la vente d'un logiciel à l'international
- Développer sa sensibilité multiculturelle pour adapter son approche commerciale
- Se positionner dans le contexte d'une affaire à l'international
- Exprimer une proposition unique de valeur pour son client à l'international
- Gérer méthodiquement et proactivement ses opportunités
- Prendre en compte les nuances culturelles lors de négociations dans un contexte international et réfléchir sur ses arguments de vente
- Identifier des actions pour mitiger les facteurs de risque dans un contexte international

#### Contenu de la formation

- Introduction
  - Panorama du secteur des logiciels (taille et tendances)
  - Spécificités de la vente complexe d'application SaaS en contexte international
  - Les challenges pour les commerciaux (manque d'intimité et familiarité avec les prospects et nouveaux marchés, distance, manque de notoriété, langue, culture...)

Date de mise à jour du programme : 07/01/2025

- Les éléments clés d'une stratégie de vente à l'international
  - Comprendre ses marchés cibles et son positionnement
  - Segmentation du marché : comprendre ses cibles
  - Identifier et choisir les « buying-personas » afin de définir efficacement sa stratégie de ventes (caractéristiques, douleurs et motivations)
  - Cartographie des concurrents
  - Comprendre son positionnement concurrentiel (forces et faiblesses) et différenciation en fonction de sa cible (pays, prospect)
- Aborder ses prospects et établir sa crédibilité
- Stratégie d'acquisition
  - Compréhension des clientèles locales et de leur parcours.
  - Définir son approche pour aborder et discuter avec les prospects
- Connaître les enjeux de ses cibles
- Se centrer sur la valeur de son offre pour ses cibles
  - Identifier les piliers : les éléments clés de sa proposition de valeur
  - Les caractéristiques et avantages de son offre logicielle
  - Choisir les axes de différenciation de son offre sur son marché spécifique
- Valider la pertinence de son offre au prospect cible
  - Mapper ses forces et faiblesses avec les « pain points » du prospect
  - Identifier les bénéfices spécifiques pour le prospect
- Atelier 1 : Construire la « proposition unique de valeur » de son offre pour sa cible. Identifier les éléments de valeur pour sa cible.
- Atelier 2 : Exprimer en anglais son « sales pitch » qui met en évidence les piliers de sa proposition unique de valeur, en prenant en compte l'industrie, challenges et objectives de sa cible.
- Réussir sa stratégie de ventes à l'international
  - Développer une sensibilité culturelle et adapter son approche commerciale en fonction des pays
  - Introduction aux dimensions culturelles et leur impact dans notre communication et attitude. Les 6 dimensions culturelles selon Hofstede
  - Prise en compte des ces nuances culturelles dans un contexte de vente de logiciels à l'internationale impactant l'approche du commercial (style de communication, relation commerciale, processus de décision, relation avec le temps ; culture locale ; style de négociation ; prise de risque ; hiérarchie sociale ; langue ; environnement réglementaire)
  - Développer son intelligence interculturelle
  - Stratégies de communication cross-cultural
  - Utiliser les outils et processus adaptés - Travailler à distance : virtual selling
- Découvrir le client et proposer une proposition unique de valeur adaptée
- Définir son plan de découverte pour faire émerger le besoin du client
- Préparation à un premier contact prospect :
  - Consacrer du temps selon la complexité du client
  - Son environnement : industrie, compétition, écosystème
  - L'entreprise : culture, valeurs, interlocuteurs, processus, organisation, stratégie
  - Imaginer ses challenges, besoins
- Conduire les premiers échanges avec un prospect :
  - Challenger : démontrer son expertise

Date de mise à jour du programme : 07/01/2025

- Définir sa stratégie de questionnement
- Compréhension des priorités, problématiques, contraintes, difficultés, ambition
- Compréhension des objectifs opérationnels et stratégiques de l'interlocuteur
- Métriques spécifiques de son métier
- Atelier 3 : Préparation du premier rendez-vous avec un prospect
- Atelier 4 : Jeu de rôle : Réunion # 1 avec le prospect (Découverte avec questionnement : utiliser son plan découverte)
- Qualifier et valider l'opportunité
- Trouver les informations pour qualifier l'opportunité et définir votre stratégie commerciale
  - Mode d'emploi de la grille de qualification pour qualifier un lead/opportunité commerciale :
  - Types d'information nécessaires dans un contexte international
  - Comment obtenir les informations clés pour optimiser le cycle de vente de l'opportunité
  - Définir son win-plan
- Définir la stratégie pour démontrer la valeur de votre offre à la cible
  - Définir votre approche à partir de votre proposition unique de valeur et des informations prospect recueillies
  - Avantages et bénéfices pour les clients internationaux
  - Établir une vision pertinente pour le prospect
  - Argumentaire : exprimer les bénéfices pour le prospect
  - La proposition unique de valeur
- Rendre la valeur de son offre tangible pour le prospect
  - Préparer une démonstration de sa solution : de la vision à la réalité
  - Le business case
  - Structurer une proposition commerciale
- Atelier 6 : Jeux de rôle : Réunion # 2 avec le prospect : exprimer en anglais la valeur de son offre pour sa cible. Options de scénarios selon la maturité de son opportunité : présenter la vision/PUV, effectuer une démonstration de sa solution logicielle, ou présenter la proposition commerciale.
- Gagner l'opportunité
- Gestion des objections spécifiques aux marchés internationaux
  - Chaque marché a ses propres objections courantes basées sur des préoccupations culturelles, économiques ou réglementaires.
  - Identifier et anticiper des objections courantes dans votre contexte international (prix, timing, accès au décideur, manque de notoriété, support et éloignement géographique...)
  - Préparer de réponses adaptées : techniques pour répondre aux objections dans un contexte international y compris la reformulation
  - Transformer les objections en opportunités de ventes
- Conduire une négociation dans un environnement international
  - Les étapes de préparation d'une négociation
  - Culture commerciale et normes de négociation interculturelles : la négociation internationale implique de comprendre les styles de négociation propres à chaque culture, ainsi que les attentes et les normes locales. Exemples avec caractéristiques généralisées
  - Échange sur scénarios courants de négociation dans un contexte éditeur de logiciels à l'internationale (périmètre d'utilisation de licences, personnalisation, partenariats stratégiques, maintenance et support ; prix/volume)

Date de mise à jour du programme : 07/01/2025

# ROUTE TO BUSINESS

574 chemin de Wette Fays

69300 Caluire-et-Cuire

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

Tel: +33478725264



- Développer son argumentaire de négociation
- Minimiser les risques commerciaux à l'international
- Les aspects juridiques et réglementaires
- Atelier 7 : Jeux de rôle : Gestion des objections en anglais (bataille des objections surprise dans un contexte international)
- Atelier 8 : QUIZ : Situations de négociation à l'international
- Développer son business à l'international
- Définir et exécuter son processus de vente à l'international
  - Le processus et de ventes à l'international
  - Le rôles et objectifs de marketing et ventes dans un contexte international
  - Plan de territoire : focus sur les cibles et objectives de conquête : Client: cross-selling et up-selling - Prospects : conquête des nouveaux clients
- Plan d'actions commerciales
  - Formaliser les objectives, l'approche et moyens nécessaires pour engager les clients cibles
- Prospection pour développer des relations et son pipeline à l'international
  - Les principes et méthodologies : Prospection Inbound, Outbound et Hybride / Les canaux d'acquisition / L'écoute des signaux forts et faibles / Utilisation de LinkedIn pour la prospection digitale pour la génération de leads
- Développer sa présence et notoriété
  - Le smarketing pour une stratégie d'acquisition gagnante
  - Social Selling : capitaliser sur les réseaux sociaux pour développer sa présence et notoriété : Construire son « personal et professional brands » / Développer son réseau international / La stratégie de conquête (contenu, messages, cibles)
- Atelier 9 : Développer son plan de territoire et plan d'action commerciale selon la template proposé
- Atelier 10 : Développer un plan « social selling » pour conquérir un nouveau segment de cibles à l'international
- Conclusion

## Organisation de la formation

### Equipe pédagogique

Adriana SHPAK

Formatrice et responsable pédagogique

Spécialiste dans la Vente, Stratégie de Commercialisation, Relation Client et Gestion des Grandes Comptes

Tél : 06.18.43.27.97

@ : [adriana@route2business.fr](mailto:adriana@route2business.fr)

Anais SORAGNA

Référent handicap / responsable administrative et technique :

Tél : 04.78.72.52.64

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

### Moyens pédagogiques et techniques

- Formation en présentiel : Accueil des apprenants dans une salle dédiée à la formation
- Formation en ligne : utilisation de Google Meet ou Zoom

Date de mise à jour du programme : 07/01/2025

## ROUTE TO BUSINESS

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



- Documents supports de formation projetés
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Jeux de rôle
- 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)
- Jeux de rôle
- Questionnaire de satisfaction à chaud et à froid
- Certificat de réalisation de l'action de formation

### Accessibilité

Formation à distance ou en présentiel, en inter ou intra-entreprise.  
Pour les formations 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 : 07/01/2025