# Aperçu du programme –Major Sales Process (MSP)

Utilisant les recherches effectuées par Huthwaite dans le domaine des ventes stratégiques réussies, ce programme se concentre sur l'application des processus de la gestion de compte client et sur les outils qu'utiliseront les participant(e)s sur un cas réel. Ce programme s'appuie sur la boite à outils MSP dont la gamme comporte des outils d'analyse basés sur nos recherches, ou des outils de préparation et de diagnostic pour gagner plus d'affaires, plus souvent. Cette boite peut être utilisée seule ou en liaison avec un CRM si le client le souhaite.

## Objectifs

À l'issue du programme, chaque participant(e) pourra utiliser l'approche MSP et sa boite à outils pour :

- se préparer efficacement pour d'importants projets de vente et partager facilement leurs plans avec l'équipe projet ;
- tisser des relations clients étroites avec un réseau élargi d'acteurs clés et de décideurs ;
- influencer systématiquement les processus de prise de décision en sa faveur ou faire en sorte qu'aucune décision ne soit prise ;
- mettre en œuvre des stratégies pour neutraliser les concurrences internes et externes au long du Cycle d'Achat ;
- développer des stratégies pour anticiper les risques qui pourraient gêner la vente ;
- utiliser sa position pour identifier et exploiter les besoins business dans le réseau du compte client de manière à approfondir et renforcer utilement les relations clients.

## Animation et taille du groupe

Un consultant Huthwaite connaissant, si possible, l'univers du client, conduira le séminaire. Pour que chaque participant(e) reçoive la même attention, la taille du groupe n'excédera pas 12 personnes. Pour les groupes plus importants, les ressources complémentaires seront mises à disposition.

## Contenu du programme

**Le Cycle d'Achat**

- Les phases psychologiques dans les achats complexes.

**La stratégie d'entrée dans le compte – comment trouver et utiliser le :**

- Foyer de Réceptivité
- Foyer d'Insatisfaction
- Foyer de Pouvoir.

**Les critères d'achat**

- L'avantage concurrentiel – les différentiateurs : macro et micro, spécifiques et génériques.
- Les critères de décision – comment les clients évaluent les offres concurrentes.
- Comment influencer les critères de décision en votre faveur.

**Les inquiétudes du client quant au risque**

- Un modèle analytique et très précis pour prédire et gérer les inquiétudes quant aux risques qui peuvent freiner le processus de décision.
- Comment résoudre les inquiétudes en votre faveur.

**Mise en œuvre**

- La baisse de motivation, pourquoi survient-elle ?
- Stratégies pour éviter la baisse de motivation.

**Développement du compte**

- Stratégies proactives pour garder votre position dominante et endiguer la concurrence.

© Huthwaite International