

# Aperçu du programme Propositions commerciales efficaces

## Objectifs

À l'issue du programme, chaque participant(e) :

- aura eu l'occasion d'analyser l'une de ses propres propositions amenée au séminaire et constatera les forces et les faiblesses de l'aspect persuasif de ce document ;
- sera en mesure de décrire le processus de persuasion et les phases psychologiques par lesquelles passe le client dans les ventes complexes ;
- aura analysé les critères de décision du client et leurs implications sur la position concurrentielle de son offre ;
- disposera d'un modèle pour organiser le contenu d'une proposition pour qu'elle ait un pouvoir persuasif optimal ;
- aura analysé et compris comment gérer les inquiétudes du client qui pourraient gêner le processus de vente ;
- recevra des conseils sur l'image et le style de ses propositions et aura élaboré un format approprié à son image de marque et à son marché ;
- recevra des conseils sur son style d'écriture et sur la structure qui rendront ses propositions plus lisibles et agréables à lire pour les clients.

## Qui est concerné

Vendeurs, managers commerciaux, spécialistes techniques et toutes personnes qui contribuent à la rédaction de propositions ou de réponses aux appels d'offre. Ce programme est notamment pertinent si des équipes projets y participent, cela permettra de s'assurer que le contenu technique est intégré de manière persuasive conformément aux besoins du client découverts par les commerciaux.

## Contenu du programme

### Un contenu persuasif

- Décrire la situation présente du client.
- Les problèmes du client et leurs implications.
- Les Besoins, tels qu'exprimés par le client.
- Les critères du client pour déterminer le fournisseur idéal.
- Se présenter comme le fournisseur idéal.
- Vos solutions doivent répondre aux besoins du client.
- Bénéfices client et la valeur de vos solutions.
- Résoudre les inquiétudes du client quant aux risques, aux coûts et aux stress de la mise en œuvre.

### L'image et le style

- Présentation matérielle : apparence de vos documents.
- Adapter la présentation ; personnaliser les exemplaires pour chaque décideur.
- Le style des titres et du texte.
- Utiliser des graphiques et illustrations.
- Valeur des propos du client et résumés.

### Lisibilité

- Préparer un sommaire.
- Contenus et renvois.
- Chapitres et intitulés.
- Annexes, présentation du prix et données techniques.
- Le style rédactionnel et l'indice de lisibilité.

## Animation et taille du groupe

L'animation du programme est assurée par un consultant Huthwaite dûment accrédité et, si possible, ayant l'expérience du secteur d'activité du client. Pour que chaque participant(e) reçoive une attention particulière, la taille du groupe est limitée à 12.