

DESCRIPTIF COMPLET DU CONTENU DE LA BOÎTE A OUTILS

Partie N° 0 : Introduction

- 1) Présentation du processus de vente spécial consultant
- 2) Auto-évaluation de votre capacité commerciale

Bénéfices : vous avez la capacité à identifier vos priorités d'amélioration

Partie N°1 : La construction de votre offre de conseil

Etape N° 1 : La base de l'offre

- A) Pourquoi transformer ses compétences en une offre de conseil ?
 - a. Présentation de l'ingénierie d'intervention conseil
 - b. Présentation de la posture du dirigeant.
- B) Comment bien positionner son offre de conseil ?
- C) Les composantes, la présentation, l'usage d'une fiche offre.
- D) La base de son offre la construction de ses domaines d'intervention, de ses livrables pour le client.

Bénéfices : Vous savez présenter votre offre et vous avez identifié vos différents domaines d'intervention.

Etape N° 2 : Le produit d'entrée « La cartographie »

- A) Son principe, son usage en RDV N°2
- B) Présentation fiche produit cartographie (proposition)
- C) La construction de l'évaluation des résultats de l'entreprise

- D) La construction de l'évaluation des moyens mis en œuvre déployés par l'entreprise
- E) La construction de la synthèse de la cartographie pour identifier les risques si rien ne change, les gains si le problème est résolu.

Bénéfices : Votre produit cartographie peut être vendu facilement à chaque nouveau prospect

Etape N° 3 : La fiche produit type

- A) Construction et validation d'une fiche produit type

Bénéfices : Vous avez la capacité pour présenter et vendre efficacement toutes mes interventions

Etape N° 4 : L'intervention « Embarquement des parties prenantes »

- A) Pourquoi et comment embarquer les parties prenantes qui seront au cœur de la l'intervention du consultant.
- B) La construction de la fiche produit « Embarquement des parties prenantes »

Bénéfices : Vous avez la capacité de vendre efficacement votre intervention embarquement.

Etape 5 : Les autres interventions

Après la cartographie et l'embarquement, comment concevoir mes autres interventions :

- A) Les différentes analyses des causes du problème.
- B) Les interventions de construction de la solution.

- C) La construction du tableau de bord
- D) La création d'une intervention récurrente.

Bénéfices : Vous avez la capacité à construire l'ensemble de vos interventions qui vont constituer votre offre de conseil.

Etape 6 : La construction de sa politique tarifaire

- A) Les différentes possibilités de facturation
- B) Construction du bon tarif journalier.

Résultats de la Partie N°1 : la construction de votre offre de conseil Tout votre offre de conseil et vos différentes interventions sont formalisées

Bénéfices : Votre Offre, vos prestations sont prêtes à être vendus. Vous avez aussi la base pour créer vos outils de communication.

Partie N°2 : La construction de vos entretiens de vente

Etape N° 1 : introduction

Rappel du processus de vente d'un consultant : les différentes étapes.
Pourquoi faut-il écrire ses RDSV par écrit

LE PREMIER RDV

Etape N° 1 : le RDV N°1

- A) Son principe
- B) Les résultats attendus de ce premier RDV
- C) Le plan de ce RDV

Etape 2 : formalisation de la mise en condition de la relation :

- Causette
- Contexte du RDV
- Objectif du RDV
- Plan du RDV (*textes et visuels de présentation*)
- La présentation simultanée (*textes et visuels de présentation*)

Etape N°3 : Formalisation de la découverte de l'entreprise.

- Son environnement
- Sa manière de travailler votre sujet

Etape N°4 : Formalisation de l'investigation ouverte

- Son principe, sa limite, quelles sont les bonnes questions

Etape N° 5 : Formalisation de l'investigation dirigée

- Méthode à construire pour favoriser
 - La prise de conscience du problème par le prospect.
 - L'analyse des résultats de l'entreprise.
 - La prise de conscience qu'il n'a pas mis les bonnes actions pour
 - Le calcul des risques si rien n'est fait, les gains si problème résolu.

- La synthèse du RDV

- La prise du RDV N°2, avec le décideur

Bénéfices : C'est beaucoup plus facile d'obtenir des RDV prospects et d'obtenir des deuxièmes RDV de vente.

LE DEUXIEME RDV

Etape N° 1 : le RDV N°2

- A) Son principe
- B) Les résultats attendus de ce deuxième RDV
- C) Le plan de ce RDV

Etape 2 : formalisation de la mise en condition de la relation : *(textes et visuels de présentation)*

- Causette
- Contexte du RDV
- Objectif du RDV
- Plan du RDV

Etape 3 : formalisation de la présentation de la synthèse du RDV 1

Etape 4 : formalisation de la présentation de son offre *(textes et visuels de présentation)*

- Construction de la présentation pour RDV commerciaux de mon offre
- La démarche globale : comment introduire la cartographie pour que celle-ci soit réclamée par votre prospect

Etape 5 : formalisation de la présentation de la cartographie (produit d'entrée) *(textes et visuels de présentation)*

- Comment animer la présentation de sa fiche produit cartographie

Etape 6 : formalisation de la méthode d'engagement du prospect. (Conclusion de la vente) *(textes et visuels de présentation)*

Bénéfices : Vous pouvez vendre au bon prix

Partie 3 : la construction de votre stratégie commerciale (pour obtenir des RDV)

Etape N° 1 : Introduction

A) Son principe

Etape N° 2 : Son élaboration

- Définition de ses objectifs
- Méthode ciblage
- Présentation des différentes actions de communication
- Je sélectionne mes actions
- Construction de mon plan d'action sur les 6 prochains mois
- Mon tableau de bord.

Partie 4 : la construction de mes différentes actions de communication

Etape N° 1 : Introduction

Le principe pour développer l'envie de vous rencontrer.

Etape N° 2 : la construction des actions

- Son pitch de présentation de réseautage pour attirer l'attention positivement de sa cible

- La présentation de son premier RDV, pour déclencher la prise de RDV

- Méthode, texte pour obtenir des recommandations de la part de ses clients, et de son réseau partenaires

- Son pitch de prise RDV au téléphone

- Son pitch pour une prospection sur les stands d'un salon

- La construction de son entretien chez un prescripteur pour obtenir de la recommandation

- La réalisation de son profil LinkedIn

- Stratégie pour construire son site Internet

Partie 5 : Construction de mon tableau de bord prévisionnel et de trésorerie.

APPROCHE PEDAGOGIQUE DE L'ACCOMPAGNEMENT

C'est un mélange de :

- Vidéos d'explication des travaux
- De documents techniques à remplir
- D'exemples concrets en écrit ou en vidéo