

## Le Processus

Il montre aux commerciaux comment améliorer significativement leur taux de réussite en dépassant la simple notion de produit, comment identifier le “Concept” de l’Influence d’Achat ou son “Image de Solution”, qui expliquent pourquoi les clients achètent réellement et comment:

- Promouvoir ses Forces spécifiques obtenir un avantage concurrentiel.
- Déterminer ce que le client tente de résoudre, d’accomplir ou d’éviter.
- Faire la distinction entre les objections et les problèmes fondamentaux liés à relation.
- Surmonter les problèmes fondamentaux.
- Détecter chaque signal d’engagement.
- Convaincre les clients qui refusent de s’engager.
- Travailler efficacement avec les dirigeants.
- Préparer les visites commerciales (et définir des objectifs réalistes).
- Obtenir une crédibilité unanime et durable.

## Ce que vous allez apprendre

Le programme fournit aux participants des techniques et des outils spécifiques dont la valeur a été éprouvée comme par exemple:

- Le “Concept” de l’Influence d’Achat.
- Le principe du Meilleur Engagement d’Action.
- Le niveau d’Action Minimum Acceptable.
- L’Objectif Ciblé de Vente.
- La Raison Commerciale Valable.
- L’Approche “Partenaires”.
- La planification du rendez-vous commercial (Grille Verte).

## Qui doit participer ?

- Responsables de comptes.
- Directeurs Régionaux.
- Directeurs des Ventes et du Marketing.
- Directeurs Commerciaux.
- Ingénieurs Commerciaux.
- Personnel d’Avant-Vente et d’Assistance (S.A.V.).

**“En plus d’encourager la focalisation sur le client, le programme Conceptual Selling® accroît à la fois l’efficacité du processus commercial et celle de chaque visite commerciale. Grâce à une meilleure planification, nos commerciaux sont mieux préparés pour rendre visite à nos clients.”**

*Président, Schwab Institutional*

## Des Stratégies Commerciales Opérationnelles

Ce programme implique les participants dans des situations réelles, et leur permet de créer la planification détaillée de chaque contact commercial pour leurs propres comptes, afin de :

- Identifier le "Concept" de l'Influence d'Achat.
- Poser les questions qui permettent de découvrir les informations manquantes, pour emporter la décision.
- Décoder le processus de décision d'achat.
- Utiliser une Approche "Partenaires".
- Fixer des Engagements sur des actions.
- Se distinguer de la concurrence.
- Définir un Objectif Ciblé de Vente.
- Utiliser une logique qui permet d'obtenir un résultat Gagnant-Gagnant.
- Déterminer un Motif Commercial Valable.
- Préparer la planification opérationnelle d'un contact commercial (Grille Verte).
- Obtenir une crédibilité durable.

## La Valeur du programme Conceptual Selling®

Le programme *Conceptual Selling*® favorise une culture orientée vers le client en invitant les commerciaux à se concentrer sur les véritables raisons qui motivent l'achat du client. A l'aide d'une Approche commerciale "Partenaires", ils peuvent déterminer rapidement si leurs

produits et/ou services sont adaptés. Ceci leur permet de concentrer leurs efforts pour rendre les visites commerciales plus efficaces et être plus productive.

Le programme *Conceptual Selling*® requiert concentration, engagement et attention. Comme toutes les offres Miller Heiman, ce programme est rigoureux et dynamique... parce que c'est comme cela que l'on réussit à vendre aujourd'hui. Pour plus d'informations sur le programme *Conceptual Selling*®, composez le +44(0) 1908 211212 ou visitez le site [www.millerheiman.com](http://www.millerheiman.com)