

## FORMATION COMMERCIALE

# Six Battlefields : Gagnez vos batailles concurrentielles !

Comment remporter la bataille contre votre concurrent principal en 2019 ?

Est-ce que vos représentants rencontrent les situations suivantes ?

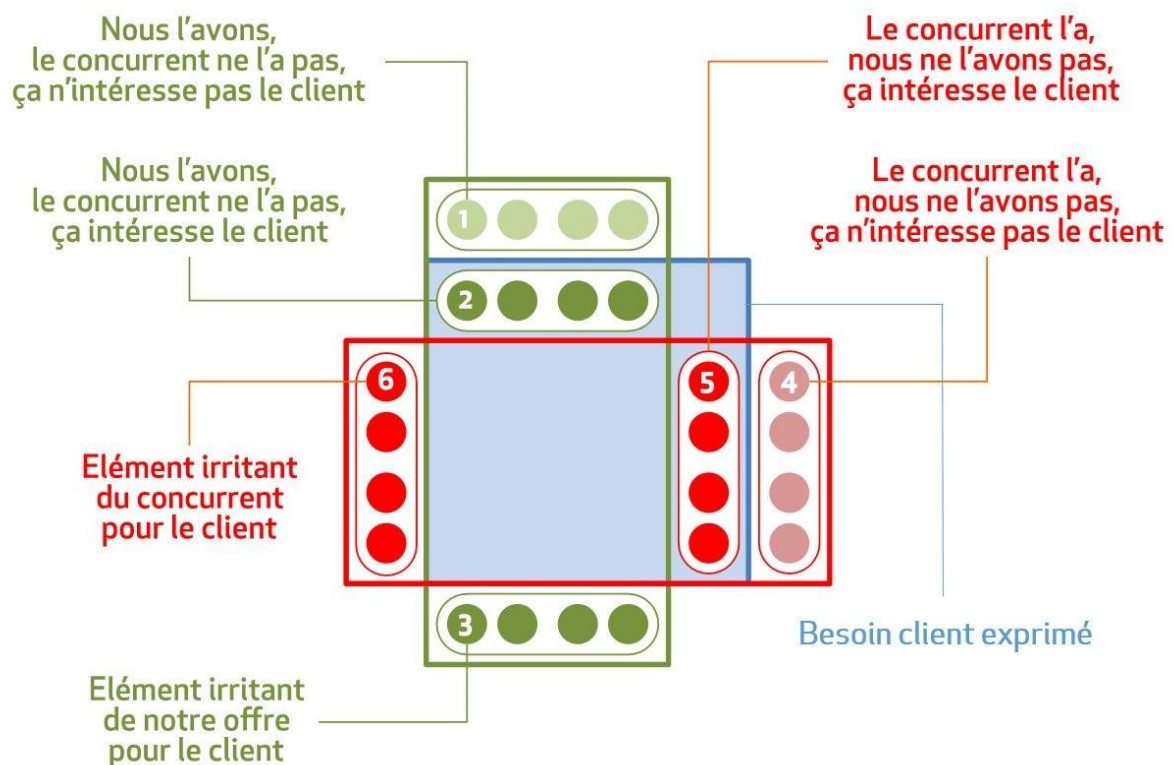
- Des interlocuteurs (prospects, acheteurs ...) qui ont une préférence marquée pour le concurrent.
- Des nouveaux joueurs innovateurs, agressifs qui vous attaquent sur vos positions, votre marché.
- Des produits ou services sur lesquels vos équipes s'essouffent ... pas de nouvelles histoires à raconter.
- Voire des produits, services, solutions sur lesquels vos vendeurs ont baissé les bras.

Quels sont les signes majeurs que nous observons ?

- Du point de vue du Marketing : "on a reformé les représentants sur notre produit et sur le produit concurrent, ils ont toutes les connaissances maintenant."
- Du point de vue des représentants : "c'est bien beau mais on a des avantages pour lesquels le client n'est pas ou plus ou moins intéressé et notre concurrent a des choses que nous n'avons pas qui plaisent aux clients."

La solution ?

- Identifier les 6 "champs de bataille".
- Construire et s'armer des bons messages, axés sur les avantages, la différenciation, adaptés à chaque champ de batailles.



## FORMATION COMMERCIALE

# Six Battlefields : Gagnez vos batailles concurrentielles !

### Programme :

- **J1 matin** : Découverte du concept puis travail sur les zones 4-5-6.
- **J1 ap.midi** : Travail sur le besoin client et les zones 1-2-3.
  
- **J2 matin** : Modélisation du message et entraînement zone par zone.
- **J2 ap.midi** : Entraînement sur l'entretien de la vente concurrentielle complet.

### Objectifs pédagogiques:

- Apporter une méthode qui structure son message et positionnement concurrentiels, avec une attitude de leader et convaincante pour des représentants face aux divers intervenants ayant une préférence pour le concurrent.

### Les trois conditions incontournables du succès :

- Travailler sur un produit, service, ou solution spécifique.
- Travailler sur un concurrent spécifique.
- Travailler sur un interlocuteur spécifique.

### Les prérequis :

- Les participants doivent bien connaître leur offre et celle du concurrent ciblé.
- Prévoir la présence des spécialistes produits, marketing, technique...
- Intégrer cet atelier dans une campagne.

### Leviers pédagogiques

:

- Un concept de formation sans graphiques, tableaux ou autres interminables présentations PowerPoint.
- Une pure interaction avec les participants. Animés par un formateur expérimenté, le groupe ciblé se compose de l'équipe commerciale ainsi que d'autres gestionnaires pertinents : produit, marketing, opérations, services à la clientèle .....

### Les plus :

- Un dispositif orienté formation dont les résultats peuvent être exploités de manière applicable dès le lendemain matin !
- Ce concept, construit sur mesure, motive de façon immédiate et renforce l'attitude gagnante des représentants. A l'issue des 2 jours, ils seront convaincus qu'ils ont tous les arguments concurrentiels et différenciants pour aller livrer bataille et remporter la victoire !