



TALENTUUM
TRANSFORMATEURS DE LA CULTURE VENTE

**PROGRAMMES
DE FORMATION**
Saison 2015-2016



MISSION

Transformer la culture vente dans les organisations en maximisant la contribution des talents de tous au processus de développement des affaires.

VALEURS

Audace

« L'art d'être très audacieux et tantôt très prudent est l'art de réussir. »
Napoléon Bonaparte

Innovation

« L'innovation, c'est une situation qu'on choisit parce qu'on a une passion brûlante pour quelque chose. »
Steve Jobs

Proximité

« Celui qui sait écouter deviendra celui qu'on écoute. »
Vizir Ptahhotep

Responsabilité

« La responsabilité de chacun implique deux actes: vouloir savoir et oser dire. »
Abbé Pierre

Alliances internationales



Une approche en cinq étapes pour obtenir des résultats mesurables et durables.

1. ÉVALUATION

Cinq outils puissants pour bien évaluer l'état de la culture vente, les talents et les compétences.



Pour évaluer avec justesse l'état de la culture vente au sein de l'entreprise.



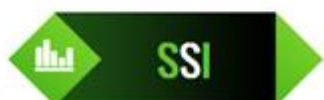
Pour évaluer les talents en vue de recruter et coacher vos professionnels.



Pour évaluer les compétences en vente-conseil – Évaluation 360°.



Pour évaluer les compétences en gestion/coaching – Évaluation 360°.



Pour évaluer les connaissances en matière de vente-conseil B2B.

2. ALIGNEMENT



Un alignement de votre projet sur des objectifs mesurables, et ce, à cinq niveaux : ROI – AFFAIRES – APPLICATION – APPRENTISSAGE – RÉACTIONS.

3. FORMATION



Des programmes de formation (détails aux pages suivantes) de classe mondiale pour vos gestionnaires, professionnels de la vente et service client. Plus de 90 % des clients qui utilisent nos programmes obtiennent un rendement supérieur à 130 %.

4. RENFORCEMENT



Un inventaire de solutions permettant de consolider les acquis et de renforcer la culture vente au sein de l'organisation.

5. MESURE



Un suivi rigoureux des résultats à chaque niveau prévu par la MÉTHODOLOGIE ROI.



UNE APPROCHE GLOBALE...

Notre approche de **FORMATION** permet de travailler avec vous à tous les niveaux dans l'organisation pour **MAXIMISER LA CONTRIBUTION** de tous au processus de vente tout en assurant au client un maximum de **COHÉRENCE** au niveau de son expérience d'achat.



Mobiliser

- Stratégie globale
- Leadership culture vente

Énergiser

- Gestion des ventes
- Gestion des canaux de vente
- Coaching terrain

Développer

- Vente-conseil
- Vente aux décideurs
- Vente marchés verticaux
- Présentations d'affaires
- Négociation

Exécuter

- Loyauté client
- Intégration des apprentissages



LA STRATÉGIE DE VENTE 360

« *Les meilleurs chefs d'entreprises que je connais sont de bons enseignants et le cœur de ce qu'ils enseignent, c'est la stratégie !* » — **Michael Porter**

- Quelle est la meilleure stratégie pour atteindre vos objectifs?
- Quelles sont les composantes d'une stratégie de vente performante?
- Comment développer une stratégie de vente qui tient compte de tous les aspects critiques et pertinents pour votre entreprise?

AU COURS DE CE PROGRAMME D'UNE JOURNÉE VOUS APPRENDREZ ENTRES AUTRES COMMENT...

1. Utiliser efficacement les 4 composantes du modèle STRATÉGIE DE VENTE 360 en vue d'élaborer une stratégie de vente complète et performante;
2. Utiliser le principe ROA (résultats/objectifs/activités) pour aligner votre stratégie sur les activités de vente les plus profitables;
3. Répartir les efforts de vente au sein de votre équipe en fonction des talents et des forces de chaque professionnel;
4. Planifier adéquatement les ressources requises pour concrétiser votre stratégie;
5. Trouver et utiliser efficacement les informations critiques sur les stratégies d'affaires de vos principaux concurrents.

AVANTAGE POUR VOUS...	VOTRE ORGANISATION...	VOS CLIENTS...
L'élaboration d'une stratégie de vente complète et alignée sur vos priorités d'affaires.	Un meilleur focus sur les activités de vente les plus profitables pour l'organisation.	La conviction de travailler avec un partenaire d'affaires sérieux et orienté sur les résultats



LE LEADER DE LA CULTURE VENTE

« Oubliez les mauvaises perspectives d'affaires, soyez à l'affût des opportunités d'affaires ! » — **Paul J. Meyer**

- Qui dans votre organisation a la responsabilité de générer des revenus?
- Existe-t-il des départements «boycottage» des ventes dans votre organisation?
- Comment exercer un leadership mobilisateur qui maximise la contribution d'une majorité de vos employés au processus de développement des affaires?

AU COURS DE CE PROGRAMME DE DEUX JOURS VOUS APPRENDREZ ENTRES AUTRES COMMENT...

1. Cerner les forces et les faiblesses de votre organisation en matière de culture vente par le biais de l'unique outil IMCV® (Indice de Maturité Culture Vente);
2. Assurer une croissance soutenue des ventes et des profits en mobilisant vos employés vers une vision du type TOUS AUX VENTES;
3. Maintenir le cap en utilisant efficacement les trois cerveaux du leader;
4. Mettre en place les processus requis pour maximiser la contribution d'une majorité d'employés au processus de développement des affaires de votre organisation;
5. Accélérer l'implantation d'une culture vente forte par le biais de certaines technologies performantes.

AVANTAGE POUR VOUS...	VOTRE ORGANISATION...	VOS CLIENTS...
Un portrait clair des aspects à prioriser pour faire évoluer la culture vente au sein de votre équipe ou organisation.	Une meilleure contribution de tous aux objectifs des clients et la fierté de contribuer au succès de l'organisation.	Une expérience vente exceptionnelle et un sentiment d'engagement accru envers votre organisation.



LA GESTION DYNAMIQUE DES VENTES

« On ne peut contrôler des résultats ou des objectifs, la seule chose sur laquelle on peut vraiment agir, ce sont les activités de vente ! » – **Claude MacDonald**

- Qu'est-ce qui caractérise les meilleurs gestionnaires des ventes?
- Quelles pratiques produisent les meilleurs résultats?
- Comment maintenir le focus d'une équipe de vente sur les activités les plus profitables pour votre organisation?

AU COURS DE CE PROGRAMME DE DEUX JOURS VOUS APPRENDREZ ENTRES AUTRES COMMENT...

1. Développer une culture vente axée sur la responsabilisation;
2. Jouer efficacement les trois rôles du gestionnaire des ventes;
3. Contribuer, de façon significative, aux cinq objectifs du gestionnaire des ventes;
4. Réaliser une gestion dynamique de votre entonnoir de ventes avec l'approche des 5S;
5. Coacher les membres de votre équipe de façon à raffiner leur exécution du processus de vente;
6. Mettre en place des moyens de récompenses axés sur les résultats ET les activités

AVANTAGE POUR VOUS...	VOTRE ORGANISATION...	VOS CLIENTS...
Des moyens efficaces et performants pour mieux gérer le processus de vente et atteindre vos objectifs.	Un meilleur focus sur les activités de vente les plus profitables pour l'organisation.	Le sentiment de travailler avec un partenaire d'affaires organisé et performant.



LA GESTION DES CANAUX DE VENTES

« Il faut apprendre à se mêler des affaires de nos distributeurs. Notre succès dépend avant tout du leur ! » – Christian Lapointe

- Quel est le véritable rôle d'un gestionnaire de canaux de ventes?
- Quels objectifs doit-il poursuivre pour être efficace et performant?
- Comment maintenir le focus de vos distributeurs/revendeurs sur les activités les plus profitables pour eux et votre organisation?

AU COURS DE CE PROGRAMME DE DEUX JOURS VOUS APPRENDREZ ENTRES AUTRES COMMENT...

1. Contribuer au développement d'une culture vente forte chez vos distributeurs/revendeurs;
2. Jouer efficacement les trois rôles du gestionnaire de canaux de ventes;
3. Contribuer, de façon significative, aux cinq objectifs de vos distributeurs/revendeurs;
4. Contribuer au développement de comptes majeurs chez vos distributeurs/revendeurs;
5. Coacher les professionnels de la vente chez vos distributeurs/revendeurs de façon à raffiner leur exécution du processus de vente;
6. Accompagner vos distributeurs/revendeurs dans la mise en place de moyens de récompense axés sur les activités et les résultats.

AVANTAGE POUR VOUS...	VOTRE ORGANISATION...	VOS CLIENTS...
Des moyens efficaces et performants pour contribuer, de façon significative, au succès de vos distributeurs/revendeurs.	L'augmentation du volume des ventes et une accélération des cycles de vente auprès des distributeurs/revendeurs.	La conviction de travailler avec un conseiller de confiance soucieux de son succès en affaires.



LE COACHING TERRAIN EN ACTION

« *Le coaching, c'est de guider quelqu'un vers un but qu'il ne pourrait atteindre seul !* » – **Bill McCartney**

- Comment jouer votre rôle de coach sur le terrain?
- Quelles sont les pièges à éviter? Les pratiques à privilégier?
- **Comment accompagner vos joueurs sur le terrain, dans la réalisation de leurs objectifs?**

AU COURS DE CE PROGRAMME D'UNE JOURNÉE VOUS APPRENDREZ ENTRES AUTRES COMMENT...

1. Réaliser des activités de coaching terrain efficaces et utiles pour vos joueurs;
2. Raffiner l'exécution vente de vos joueurs par le biais d'évaluations formelles;
3. Ajouter de la valeur à la réflexion de vos joueurs par le biais de questions provoquantes;
4. Intervenir de façon systématique pour régler des problèmes de performance, d'attitude et / ou de comportement;
5. Capitaliser sur les forces de vos joueurs et compenser leurs faiblesses.

AVANTAGE POUR VOUS...	VOTRE ORGANISATION...	VOS CLIENTS...
Des outils simples et performants pour contribuer, de façon significative, au développement de vos joueurs.	Des professionnels de la vente plus performants et motivés à atteindre leurs objectifs.	Une expérience vente exceptionnelle et le sentiment de travailler avec des professionnels de haut calibre



LE SYSTÈME DE VENTE IMPRESS®

- Souhaitez-vous hausser le taux de succès actuel de vos vendeurs?
- Que diriez-vous de réduire la durée moyenne de vos cycles de vente?
- Comment mettre en place un processus de vente simple et performant qui augmente vos chances de conclure une vente de 93 %?

AU COURS DE CE PROGRAMME DE DEUX JOURS, VOS PROFESSIONNELS DE LA VENTE APPRENDRONS ENTRES AUTRES COMMENT...

- **I**DENTIFIER leurs objectifs et cibler les activités de vente les plus rentables
- **M**ATCHER le rythme d'un client et rapidement créer un lien de confiance
- **P**ROFILER le modèle d'affaires d'un client et comprendre ses enjeux prioritaires
- **R**ECOMMENDER la bonne solution et la lier aux enjeux du client
- **E**NRICHIR ses présentations d'affaires et bien positionner son prix
- **S**ÉCURISER les décideurs et bien répondre aux questions ou objections
- **S**CELLER une entente gagnant-gagnant avec le client

AVANTAGE POUR VOUS...	VOTRE ORGANISATION...	VOS CLIENTS...
L'adoption d'un système de vente simple, éprouvé et performant qui augmente les chances de conclure une vente de 93 %.	Un retour sur investissement d'au moins 120 % au cours de la première année.	Une expérience d'achat exceptionnelle adaptée à leur processus de décision et leurs critères d'achat.



CRÉER DE LA VALEUR POUR UN DÉCIDEUR

«La plupart des gens utilisent les statistiques de la même manière qu'un ivrogne utilise un lampadaire, davantage comme béquille que pour l'éclairer» – **Mark Twain**

- Vous vendez vos produits et services auprès de décideurs?
- Vous prospectez et œuvrez dans plusieurs marchés verticaux à la fois?
- **Comment rapidement créer de la valeur pour un décideur en articulant la conversation d'affaires autour des indicateurs de performance (KPI's) sur lesquels il est évalué?**

AU COURS DE CET ATELIER DE 3 HEURES (format 90 min disponible) , VOS PROFESSIONNELS DE LA VENTE APPRENDONS ENTRES AUTRES COMMENT...

1. Bien se positionner à partir des 3 modes d'opération de la plupart des décideurs
2. Établir un statut d'affaires équivalent (SAE) avec un décideur
3. Influencer les décisions et les comportements d'un décideur à partir des indicateurs sur lesquels sa performance est évaluée
4. Créer de la valeur pour un décideur, peu importe son marché vertical
5. Formuler rapidement des questions crédibles dans le langage du décideur
6. Formuler des recommandations qui tiennent compte des indicateurs sur lesquels la performance d'un décideur est évaluée

AVANTAGE POUR VOUS...	VOTRE ORGANISATION...	VOS CLIENTS...
Des moyens concrets pour augmenter le taux de succès et accélérer les cycles de ventes auprès de décideurs.	Une capacité accrue à se démarquer de la concurrence et à se positionner comme un partenaire d'affaires de premier ordre	Le sentiment de travailler avec des professionnels qui parlent et comprennent leur langage d'affaires.



VENDRE DANS UN MARCHÉ VERTICAL

«La seule personne qui se comporte intelligemment est mon tailleur. Il prends mes mensurations à chaque fois qu'il me rencontre alors que les autres tentent de m'habiller à partir de mesures standards» – *George Bernard Shaw*

- Vous vendez vos produits et services auprès de divers marchés verticaux?
- Vous cherchez des moyens d'adapter efficacement votre approche à ces marchés?
- **Comment être perçu par vos clients comme un partenaire d'affaires crédible qui a de la profondeur?**

AU COURS DE CET ATELIER DE 3 HEURES (format 90 min disponible) , VOS PROFESSIONNELS DE LA VENTE APPRENDRONS ENTRES AUTRES ...

1. Les 10 caractéristiques clés associés à un indicateur de performance clé (KPI)
2. L'influence des mécanismes de mesure sur les comportement humains
3. Comment construire le tableau de bord typique d'un marché vertical
4. Comment adapter leur approche de questionnement en fonction des indicateurs clés (KPI) associés à un marché vertical
5. Comment adapter leurs recommandations/solutions en fonction des indicateurs clés les plus pertinents pour le client

AVANTAGE POUR VOUS...	VOTRE ORGANISATION...	VOS CLIENTS...
Une capacité accrue à conclure des ventes auprès de clients et prospects œuvrant dans un marché vertical spécifique	Une capacité accrue à mettre en valeur son expertise à se différencier de la concurrence.	Le sentiment de travailler avec un partenaire d'affaires crédible qui a de la profondeur?



DES PRÉSENTATIONS QUI RAPPORTENT

« *Si vous ne connaissez pas le message que votre présentation doit livrer, votre auditoire ne le connaîtra jamais !* » – **Harvey Diamond**

- Vos présentations d'affaires provoquent-elles les résultats escomptés?
- Vos messages sont-ils clairs, concis et convaincants?
- **Comment livrer chaque présentation d'affaires avec aisance et confiance?**

AU COURS DE CE PROGRAMME DE DEUX JOURS, VOS PROFESSIONNELS DE LA VENTE APPRENDRONS ENTRES AUTRES COMMENT...

1. Préparer efficacement un plan de match avant de rédiger une seule planche PowerPoint;
2. Préparer un commentaire d'ouverture puissant;
3. Préparer un commentaire de fermeture mémorable;
4. Structurer une présentation en fonction des préoccupations de l'auditoire;
5. Susciter l'intérêt de l'auditoire en ajoutant les bonnes épices;
6. Créer des support visuels qui ont de l'impact et qui véhiculent des messages puissants;
7. Personnaliser chaque présentation en fonction de l'auditoire;
8. Traiter efficacement les questions et / ou les objections.

AVANTAGE POUR VOUS...	VOTRE ORGANISATION...	VOS CLIENTS...
Un niveau de confiance plus élevé en votre capacité à rédiger et livrer des présentations d'affaires de grande qualité.	Un langage commun pour créer et livrer des présentations d'affaires.	La capacité à prendre des décisions plus rapidement grâce à une information claire concise et convaincante



LA NÉGOCIATION D'AFFAIRES RÉUSSIE

« La négociation est avant tout une question de coopération et non pas une question de confrontation ! » – Tom Fisher

- Comment éviter de baisser vos prix trop rapidement?
- Comment créer de la valeur sur autre chose que le prix?
- **Comment éviter les confrontations et favoriser la coopération dans le processus de négociation?**

AU COURS DE CE PROGRAMME DE DEUX JOURS, VOS PROFESSIONNELS DE LA VENTE APPRENDRONS ENTRES AUTRES COMMENT...

1. Détecter les styles de négociateurs et s'y ajuster rapidement;
2. Se préparer efficacement avant d'entamer le processus de négociation;
3. Faire face aux tactiques de menace et d'intimidation concernant le prix;
4. Utiliser les cinq zones critiques de négociation à leur avantage;
5. Gérer efficacement le processus de négociation;
6. Présenter le prix de façon à créer de la valeur pour l'autre partie;
7. Conclure une vente plus rapidement avec un minimum d'effort.

AVANTAGE POUR VOUS...	VOTRE ORGANISATION...	VOS CLIENTS...
Des stratégies performantes pour maximiser la coopération et les résultats lors d'une négociation d'affaires.	Une meilleure rentabilité globale et des cycles de vente plus courts.	Le sentiment d'avoir conclu une entente gagnant/gagnant avec un partenaire d'affaires sérieux et professionnel.



OBJECTIF LOYAUTÉ CLIENT

*«On ne mérite pas la loyauté d'un client en une journée.
On le fait jour après jour» – Jeffrey Gitomer*

- Quelle portion de vos revenus provient de clients existants?
- Quel lien émotif entretenez-vous avec vos clients?
- **Comment transformer votre portefeuille de clients existants en source de références et de revenus récurrents?**

AU COURS DE CE PROGRAMME D'UNE JOURNÉE VOS EMPLOYÉS APPRENDRONS ENTRES AUTRES COMMENT...

1. Adopter l'attitude client requise pour impressionner chaque client;
2. Accueillir les demandes d'un client avec une attitude de prise en charge;
3. Éviter de se sentir personnellement visé et agir au nom de l'organisation;
4. Questionner efficacement un client en vue de résoudre une situation;
5. Présenter une recommandation gagnante-gagnante;
6. Utiliser l'empathie pour désamorcer la plupart des situations délicates;
7. Traiter les plaintes avec tact et doigté;
8. Obtenir des références qualifiées à l'intention des vendeurs.

AVANTAGE POUR VOUS...	VOTRE ORGANISATION...	VOS CLIENTS...
Des employés en mesure de mieux contribuer à la loyauté client et à la génération de revenus.	Un niveau de loyauté plus élevé de la part d'une majorité de clients existants.	Une expérience client exceptionnelle et un sentiment d'engagement accru envers votre organisation.