

Prospection Inbound pour éditeurs de logiciels et SaaS

Définir une démarche de « Prospection Inbound » pour renforcer la génération de leads logiciels

Avec le nouveau comportement autonome des acheteurs en B2B, l'accès aux prospects se fait plus complexe et rare, très souvent en fin de cycle de décision. Pourtant, les commerciaux des éditeurs ont besoin de se positionner comme experts pour démontrer la proposition de valeur de leurs solutions logicielles, et influencer l'achat. Comment résoudre cette situation paradoxale et être en mesure de « toucher » les acheteurs en début de leur parcours d'achat pour les démontrer notre valeur et générer des opportunités.

La « prospection outbound » reste une tactique d'acquisition importante, mais qui mérite d'être renforcée par des actions plus proactives et ciblées et par un nouveau comportement du commercial.

Cette formation d'une journée permet aux participants d'acquérir des connaissances qui feront évoluer leurs méthodes commerciales par l'enrichissement de la démarche de prospection « outbound » par des nouvelles techniques de prospection inspirées de l'inbound Marketing, très pertinents dans la vente de logiciels.

Pendant cette journée, vous allez comprendre les concepts de la prospection Inbound et sa pertinence pour l'amélioration de la génération de leads et opportunités. Découvrir comment structurer une démarche Inbound ; définir une stratégie de contenu cohérente ; choisir les moyens de promotions adaptés, et l'intégrer dans sa démarche commerciale et plan de territoire.

A l'issue de la formation, le stagiaire comprendra l'intérêt d'utiliser la prospection Inbound et sera en mesure d'intégrer des actions inbound dans son plan de territoire et de définir une stratégie de contenu en cohérence avec son plan d'action commerciale.

Durée: 7.00 heures (1.00 jours)

Avis clients : Formation sur-mesure, en attente de vos commentaires !

Profils des stagiaires

- Les commerciaux d'un éditeur de logiciels ou d'application SaaS.

Prérequis

- Aucun

Objectifs pédagogiques

- Envisager une nouvelle méthode de prospection pour mieux couvrir son territoire commercial
- Comprendre la démarche de Prospection Inbound et ses origines
- Définir une stratégie de contenu pour sa cible
- Utiliser une communication adaptée sur les réseaux sociaux en fonction de ses offres et de sa cible
- Structurer une démarche de Prospection Inbound
- Définir un plan de territoire intégrant des actions Inbound

Date de mise à jour du programme : 27/02/2024

ROUTE TO BUSINESS

574 chemin de Wette Fays

69300 Caluire-et-Cuire

Email: anaissoragna@route2business.fr

Tel: +33478725264



Contenu de la formation

- Introduction :
 - Spécificités de la vente de logiciels a. Vente complexe b. Types d'éditeurs verticaux et horizontaux c. Les spécificités de la vente de logiciels
 - Les étapes du cycle de ventes d'un éditeur de logiciels
 - Les composantes d'une proposition de valeur éditeur de logiciels
 - Le changement de comportement des acheteurs
 - Exercice : Adapter votre proposition de valeur à une catégorie de prospects
- L'évolution des méthodes commerciales - 1. L'impact de changement pour les commerciaux
 - Le client étant plus informé attends de l'expertise
 - Le client attend de la valeur pour son entreprise
 - Conquérir le client demande de l'anticipation et beaucoup plus d'investissement (temps), et une réelle connaissance du client
- L'évolution des méthodes commerciales - 2. L'Inbound Selling
 - Intégrer un nouveau comportement : « Challenger Seller » : Se positionner comme expert, Personnaliser son approche, Contrôler le cycle de vente,
 - Prospection Digitale Ciblée (Prospection Inbound) : Passer de la prospection monocanal (Outbound) vers multicanal (Inbound) ; Principes de l'inbound marketing : Prospection Digitale Générique ; L'intérêt des contenus d'expert dans la démarche commerciale ; Rôle du marketing et rôle des ventes dans une démarche inbound ; Complémentarité des actions Inbound et Outbound.
 - Structurer une démarche de Prospection Inbound : Objectif des actions Inbound ; Cibles ; Nurturing : accompagner l'évolution des leads ; Définition de la stratégie de contenu ;
 - Social Selling : Intégrer les réseaux sociaux dans le processus d'Inbound Selling : Évangéliser et influencer ; Démontrer son expertise ; Découvrir ses interlocuteurs ; Prospecter ; Suivre l'évolution de son territoire ;
 - Cas d'usage : utiliser LinkedIn et LinkedIn Sales Navigator
- Le plan de territoire commercial
 - Les suspects, les prospects, les clients et l'écosystème
 - Segmentation du territoire (critère pour les éditeurs)
 - Actions adaptées à chaque segment de son territoire
 - Décliner la démarche de prospection Inbound pour son territoire : 1. Identifier des objectifs SMART ; 2. Définir sa stratégie de contenu et canaux de communication.
 - Exercice : Élaboration d'une démarche de prospection inbound pour son territoire

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Formateurs :

Didier FRAISSE

06.72.52.68.80

didierfraisse@route2business.fr

Date de mise à jour du programme : 27/02/2024

ROUTE TO BUSINESS

574 chemin de Wette Fays
69300 Caluire-et-Cuire
Email: anaissoragna@route2business.fr
Tel: +33478725264



Adriana SHPAK
06.18.43.27.97
adriana@route2business.fr

Référent handicap / responsable pédagogique :

Anais SORAGNA
04.78.72.52.64
anaissoragna@route2business.fr

Moyens pédagogiques et techniques

- Documents supports de formation projetés
- Exposés théoriques
- Exercices pratiques, mises en situation
- Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation.
- Pour les formations en présentiel : accueil des participants dans une salle de formation équipée d'un vidéoprojecteur ou écran et d'un paperboard ou tableau blanc
- Pour les formations en visioconférence : utilisation de l'outil Google Meet

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence
- Questions écrites de validation des acquis
- Formulaire de satisfaction de la formation
- Certificat de réalisation de l'action de formation

Accessibilité

Formation à distance ou en présentiel, en inter ou intra-entreprise
Pour les formations en ligne, une bonne connexion internet est indispensable.
En présentiel, les locaux sont conformes à la réglementation sur l'accessibilité dans les ERP.
Pour tout besoin spécifique, merci de contacter notre référent handicap :
Anais Soragna : @anaissoragna@route2business.fr / 0478725264

Les stagiaires doivent être muni de leur ordinateur durant la formation.

Delai d'accès à la formation

Les inscriptions sont ouvertes jusqu'à 1 semaine avant le début de la formation.

Date de mise à jour du programme : 27/02/2024