

Valoriser vos atouts RSE dans l'argumentaire commercial

Les équipes commerciales sont de plus en plus exposées aux attentes de leurs clients (B2B/B2C) en matière de responsabilité de leur entreprise ou de leurs produits/services qu'ils commercialisent. Réponses aux appels d'offres, échanges sur le sujet avec leurs prospects et clients...

Les commerciaux sont les meilleurs ambassadeur.ices de l'entreprise pour : écouter les signaux faibles du marché, détecter les besoins des prospects/clients et transformer la RSE en opportunité.

Modalités

<p>1 jour - 7 h</p> <p>En présentiel ou à distance</p> <hr/> <p>Uniquement en Intra-entreprise</p>	<p>Pour qui ?</p> <p>Equipes commerciales Equipes de vente</p>	<p>Quelle pédagogie ?</p> <p>Etude de cas : analyse des besoins des clients Exercice de pitch de la démarche RSE Etude de cas pour valoriser les efforts d'eco-socio conception de son produit/service Mises en situation pour traiter les questions fréquentes des clients</p>	<p>Les pré-requis</p> <p>Cette formation ne nécessite pas de prérequis spécifique.</p>
--	---	--	---

QUELS OBJECTIFS ?

- Comprendre les enjeux RSE de son secteur d'activité
- Savoir détecter les besoins et attentes de ses clients
- Savoir parler de la démarche RSE de son entreprise
- Maitriser le discours autour des offres et de leurs bénéfices sociétaux
- Savoir traiter les questions et les objections de ses clients

PROGRAMME

COMPRENDRE ET ANALYSER LES TENDANCES

- Enjeux environnementaux clés dans le monde, en France et pour son entreprise
- Attentes/engagement des parties prenantes
- Défis de la RSE pour les organisations, risques et opportunités
- Pratiques inspirantes

SAVOIR IDENTIFIER LES ATTENTES DE SES CLIENTS

- Mise en situation de préparation de rendez-vous
- Analyse critique de publications RSE clients
- Réflexion sur les opportunités business

SAVOIR PARLER DE LA DEMARCHE RSE DE SON ENTREPRISE

- Découverte/approfondissement des points forts de la démarche RSE de son entreprise
- Travail sur son « argumentaire »
- Entraînement à la prise de parole sur le sujet, sans faire de greenwashing

MAITRISER LES OFFRES

- Découverte/approfondissement du portefeuille d'offres responsables
- Anticipation des objections et des questionnements des clients
- Mise en situation de rendez-vous client

S'ENGAGER DANS UN PLAN D' ACTIONS

- Partage des actions à mener à titre personnel
- Echange sur les facteurs clés de succès