

Valoriser son offre au-delà du coefficient

1 jour

7 heures

Objectif professionnel : cette formation développe l'aptitude des participants à concevoir, présenter une proposition commerciale qui dépasse la seule logique tarifaire en intégrant des éléments concrets tels que la qualité, le service, la sécurisation juridique, la réactivité ou l'accompagnement RH. Elle leur donne des outils pour chiffrer et communiquer sur les bénéfices réels de leurs prestations afin de positionner l'agence comme un partenaire incontournable plutôt qu'un simple fournisseur de prix.

Objectifs pédagogiques :

Construire une offre à forte valeur ajoutée

Mettre en avant les leviers de valeur

Conduire la négociation

Training Vendre la valeur

Prérequis : expérience commerciale de 3 à 6 mois

Toute personne en charge du développement commercial en agence

Groupe de 4 à 8 participants

Profil des formateurs consultable sur www.managir.com

1. Construire une offre à forte valeur ajoutée

*Clarifier la structure de l'offre : prestations incluses, options, services complémentaires
Identifier les critères de différenciation : réactivité, fiabilité, expertise sectorielle, accompagnement...
Mesurer les éléments de valeur : rapidité de sourcing, qualité des profils, suivi administratif, réduction des risques*

Intégrer les spécificités du placement

Elaborer un plan de revalorisation concret : argumentaire, preuves chiffrées, étapes de mise en œuvre

Méthodes pédagogiques : exposés interactifs, apports méthodologiques et retours d'expérience

2. Mettre en avant les leviers de valeur

Définir les bénéfices tangibles (gains financiers, économie de temps, réduction du turnover) et intangibles (sécurité juridique, tranquillité, partenariat durable)

Quantifier la valeur créée : indicateurs de performance (délais de présentation, taux de satisfaction, fiabilité des contrats)

Souligner la valeur dans sa présentation commerciale : graphiques, cas concrets, témoignages clients, retours qualité...

Valoriser les prestations additionnelles (accompagnement sécurité, formation intérimaires...)

Méthodes pédagogiques : ateliers de co-construction d'indicateurs de valeur et d'arguments chiffrés

3. Conduire la négociation

Adopter le Mindset du négociateur : écoute active, assertivité, gestion des émotions

Structurer l'argumentaire

Anticiper et traiter les objections récurrentes

Définir les contreparties possibles : engagement sur les volumes, exclusivité, services spécifiques...

Conclure la négociation en mode « gagnant-gagnant » : formalisation claire des engagements

Méthodes pédagogiques : exposés interactifs, apports méthodologiques, travail collectif sur modèles d'argumentaires

4. Training intensif : vendre la valeur

Jeux de rôle : présentation et négociation avec mises en situation (augmentation tarifaire, lancement d'un service premium), analyse collective, feedback individualisé pour affiner posture, langage et techniques d'argumentation ; élaboration d'un plan d'action personnalisé applicable à son portefeuille clients

Méthodes pédagogiques : simulations, debriefing et coaching personnalisé

Evaluation des compétences en début et en fin de formation. Mesure de satisfaction en fin de session. Mesure de satisfaction du donneur d'ordre à \pm 8 jours, évaluation par « Avis Vérifiés » à \pm 1 mois, mesure de satisfaction et d'impact à \pm 3 mois. Possibilité de questionnement complémentaire par mail pendant 30 jours

INFORMATIONS ET INSCRIPTIONS
01 45 23 22 22 ou ggury@managir.com

Réf. 312-028
Version 300925

