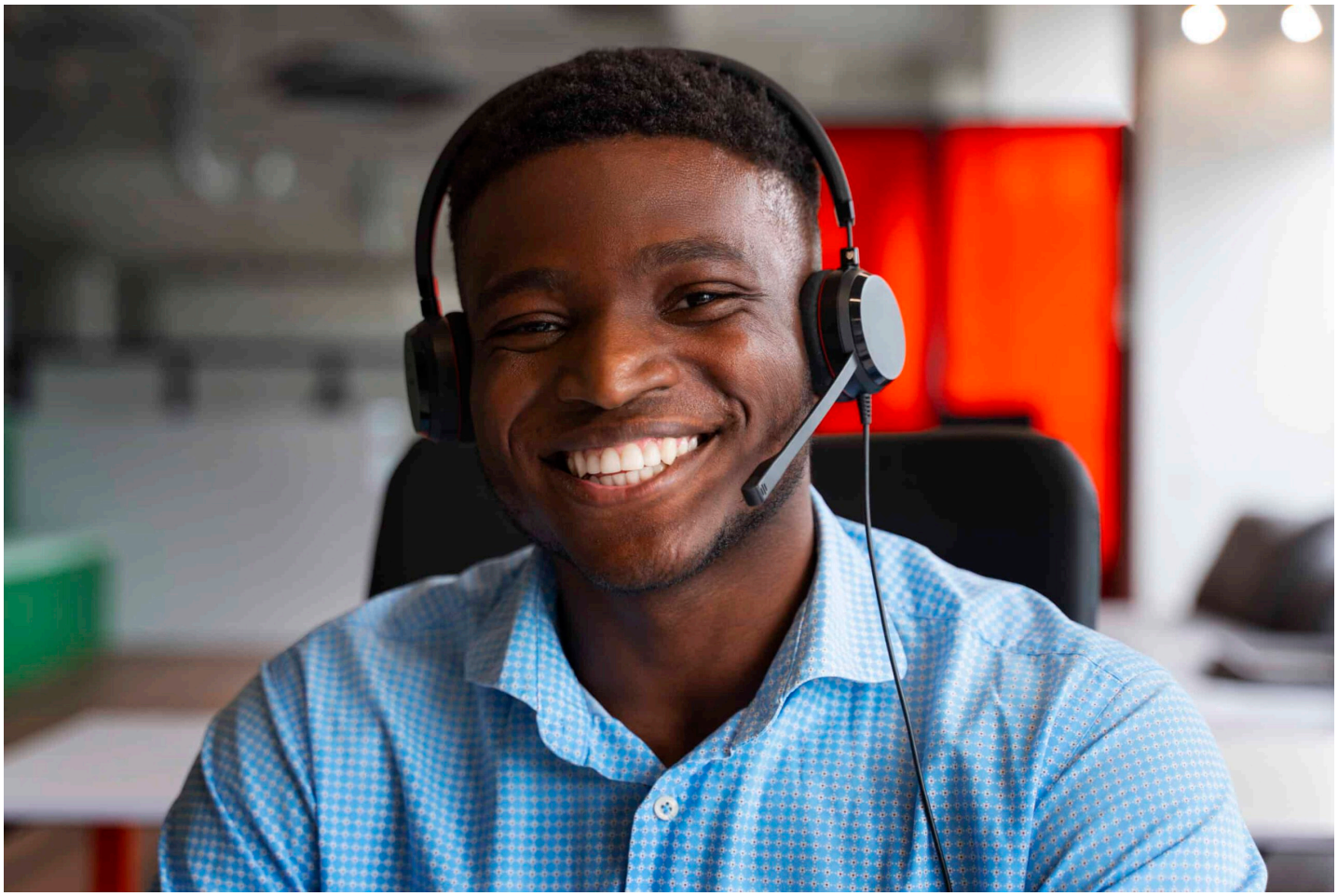


5 capsules pour maîtriser les clés de la vente et du service client.

Objectifs de formation

Chaque contact client est une opportunité. Chaque échange peut faire la différence.

Grâce à nos capsules « Maîtriser les clés de la vente et du service client », apprenez à prospecter efficacement, convaincre avec impact, négocier avec assurance et fidéliser durablement vos clients.

Des techniques concrètes, des méthodes éprouvées et des outils immédiatement applicables pour développer votre performance commerciale et renforcer la satisfaction client.

Objectifs pédagogiques

- Les fondamentaux de la vente : Acquérir les bases du cycle de vente et des techniques de persuasion pour conclure efficacement une vente.
- L'excellence en service client : Développer une relation client de qualité en maîtrisant l'écoute, la gestion des insatisfactions et la fidélisation.
- La négociation commerciale : Apprendre à mener une négociation efficace en optimisant l'influence, la persuasion et la gestion des concessions.
- La prospection efficace : Savoir identifier, cibler et convaincre les prospects grâce à un pitch impactant et des relances stratégiques.
- Techniques de vente avancées : Approfondir les techniques de vente consultative, storytelling, upselling et cross-selling pour maximiser les performances commerciales.

Durée : 2h30 à 7h00 par capsule

Mise à jour le : 8 juin 2026

Présentiel : Présentiel ou Classe virtuelle

Tarifs :

INTRA ENTREPRISE
Capsule 2h30 : 595 €
Capsule 3h30 : 825 €
Capsule 7h00 : 1275 €

Dates :

Nos capsules sont proposées uniquement en intra. Pour tout projet sur mesure, nous vous invitons à nous consulter.

Prérequis

- Aucun prérequis technique n'est nécessaire. Cependant, une première expérience en

vente ou en relation client est un plus pour mieux assimiler les concepts et les mises en situation

Public

- Commerciaux

Programme

Capsule 1 – Les fondamentaux de la vente

Durée : 7h00
Objectifs pédagogiques :

- Comprendre le cycle de vente
- Maîtriser les techniques de découverte des besoins
- Savoir argumenter et convaincre
- Gérer efficacement les objections
- Conclure une vente avec succès

Déroulé :

- **Introduction et icebreaker**
- Présentation des participants et de la formation
- Échange sur leurs expériences commerciales
- **Le cycle de vente et les étapes clés**
- Théorie et discussion
- Cas pratiques : identifier les étapes dans des situations réelles
- **Techniques d'accroche et découverte des besoins**
- Importance du questionnement
- Exercices de reformulation
- **Argumentation et persuasion**
- Construire un argumentaire efficace
- Mises en situation
- **Gestion des objections**

- Méthodes pour répondre aux objections
- Jeux de rôle
- **Techniques de closing et conclusion**
- Identifier les signaux d'achat
- Simulation de clôture de vente
- **Synthèse et plan d'action personnel**

Capsule 2 – L'excellence en service client

Durée : 3h30
Objectifs pédagogiques :

- Comprendre l'impact de la relation client
- Savoir écouter et reformuler
- Gérer les situations difficiles et insatisfactions
- Fidéliser la clientèle

Déroulé :

- Introduction et enjeux du service client
- L'écoute active et la reformulation
- Techniques et exercices pratiques
- Gestion des clients insatisfaits
- Études de cas et jeux de rôle
- Stratégies de fidélisation
- Synthèse et bonnes pratiques

Capsule 3 – La négociation commerciale

Durée : 7h00
Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les bases de la négociation
- Développer des stratégies gagnantes
- Maîtriser l'influence et la persuasion
- Gérer les concessions et finaliser l'accord

Déroulé :

- Introduction et enjeux de la négociation
- Préparation et principes de base
- Techniques d'influence et persuasion
- Gestion des objections et concessions
- Closing et finalisation de l'accord
- Exercices pratiques et simulations
- Synthèse et plan d'amélioration

Capsule 4 – La prospection efficace

Durée : 7h00
Objectifs pédagogiques :

- Identifier et cibler les bons prospects
- Construire un pitch commercial impactant
- Maîtriser les relances et le suivi client

Déroulé :

- Introduction et enjeux de la prospection
- Segmentation et ciblage des prospects
- Construction d'un pitch de prospection efficace
- Stratégies de relance et suivi client
- Exercices pratiques et mises en situation
- Synthèse et engagement personnel

Capsule 5 – Techniques de vente avancées

Durée : 7h00
Objectifs pédagogiques :

- Utiliser la vente émotionnelle et le storytelling
- Adopter une approche consultative
- Mettre en place des stratégies d'upselling et cross-selling
- Optimiser l'utilisation des outils digitaux

Déroulé :

- Introduction et tendances de la vente
- Vente émotionnelle et storytelling
- Approche consultative et vente de solutions
- Techniques d’upselling et cross-selling
- Exercices pratiques et mises en situation
- Synthèse et bonnes pratiques

Modalités pédagogiques

- Alternance d’apports théoriques et pratiques
- Exercices d’applications construits à partir des informations transmises par le commanditaire
- Travail en sous-groupe
- Document de synthèse remis à l’issue de la formation
- Matériel : aucun

Modalités d'évaluation des acquis

- En amont de la formation : recueil des attentes, réunion de cadrage
- Pendant la formation : Test, QCM, cas pratiques, mises en situation
- En aval de la formation : évaluation à chaud, évaluation à froid.

Financement

- OPCO sous conditions
- Entreprise
- Individuel

Dates et horaires

- Intra-entreprise en concertation avec l’entreprise
- Inter-entreprises, selon planning de formation ORDIA
- Horaires de 8h30 à 12h00 et de 13h00 à 16h30

Prévention des ruptures de parcours en formation

- Création d'un climat bienveillant et inclusif dès le démarrage pour favoriser l'implication de chacun.
- Identification des niveaux et besoins individuels afin d'adapter le rythme et les explications (tour de table).
- Méthodes pédagogiques variées (démonstrations, cas pratiques, échanges collectifs) pour maintenir l'attention et l'intérêt.
- Questions fréquentes de la part de l'intervenant/e et valorisation des apports des participant·e·s pour renforcer l'engagement.
- Temps de reformulation ou appui individuel si nécessaire afin d'éviter le décrochage.