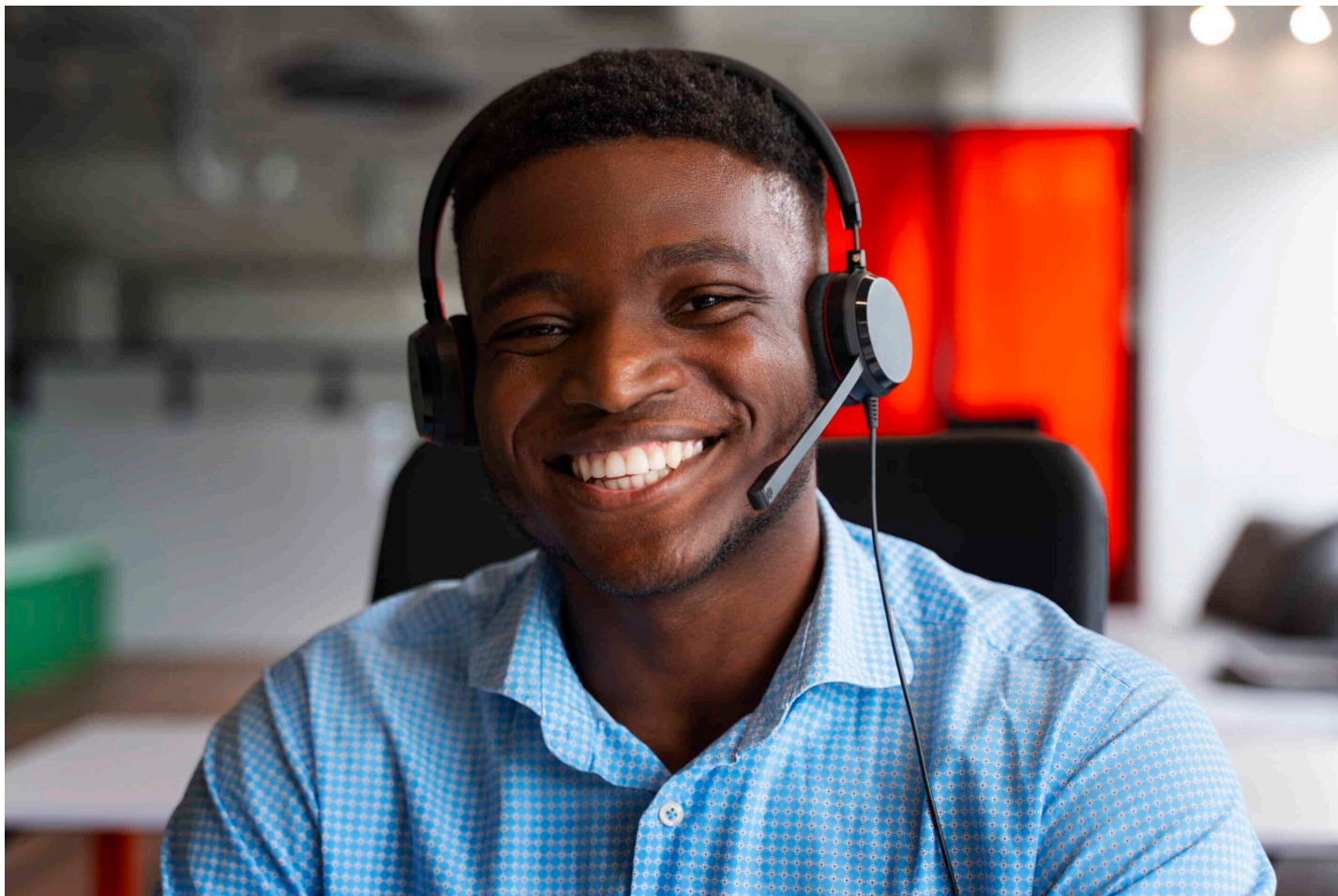




5 capsules pour maîtriser les clés de la vente et du service client.

Objectifs de formation

- Former les commerciaux aux techniques essentielles de vente, de négociation, de prospection et de service client pour optimiser leur performance et fidéliser la clientèle.

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

Présentiel : Présentiel ou Classe virtuelle

Tarifs :

Capsule de 2h30 : 290 euros HT

Capsule de 3h30 : 365 euros HT

Capsule de 7h00 : 640 euros H

Dates :

Nous consulter pour les dates Inter-entreprises 2026 ou pour tout projet sur mesure.

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.