

Développer la performance commerciale B2B dans un marché digitalisé – 35h

L'entretien de vente est un temps clé du processus commercial. Sa réussite ne tient pas au hasard et repose sur une démarche structurée. Les ateliers de cette formation vous permettront de dérouler et expérimenter, étape par étape, les outils et bonnes pratiques pour mener des entretiens de vente efficaces.

Cours Pratique de 35h

Prix 2026/27 2 990€ HT

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES	Travail à partir de situations réelles issues du terrain, mises en situation et jeux de rôle, partage d'expériences entre participants, apports directement applicables.
PARTICIPANTS	Commerciaux et ingénieurs d'affaires.
COMPÉTENCES DU FORMATEUR	Les intervenants sont des professionnels expérimentés, alliant expertise terrain et maîtrise des pratiques pédagogiques. Ils accompagnent régulièrement des équipes en entreprise et adaptent leurs interventions aux réalités opérationnelles des participants. Leur approche repose sur le partage d'expérience, des cas concrets et une forte orientation résultats.
MODALITÉS D'ÉVALUATION	L'acquisition des compétences est appréciée tout au long du parcours à travers des mises en situation, des exercices pratiques et des échanges avec le formateur. Un positionnement en début de formation permet d'identifier les attentes, tandis qu'un bilan en fin de parcours vient mesurer les progrès réalisés et les axes de développement.
MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES	La formation s'appuie sur une pédagogie active, centrée sur l'expérience des participants et l'application concrète des concepts abordés. Les séquences alternent apports ciblés, mises en pratique, études de cas et échanges collectifs. Les participants sont régulièrement sollicités pour analyser leurs propres situations professionnelles et expérimenter de nouvelles approches. L'ensemble du dispositif favorise l'implication, l'interaction et le transfert des acquis en situation de travail.
MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS	L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.
ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES	Contactez nos référents handicap : baptistegaldemar@formeaformation.com zinebzahidi@formeaformation.com Nous étudierons votre demande avec attention afin de vous proposer des solutions adaptées.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Cette formation est entièrement personnalisée. Votre formateur passe l'intégralité des heures de formation avec vous (en présentiel ou en visio au choix). L'objectif de résultat est défini ensemble en amont selon vos besoins. Votre réussite repose sur une démarche structurée. Par ses ateliers pratiques, cette formation vous permet d'intégrer des techniques de vente efficaces et reconnues.

LE PROGRAMME

1) Optimiser sa prospection et obtenir des rendez-vous qualifiés

- Élaborer et structurer son pitch de prospection
- Maîtriser la prospection téléphonique
- Contourner les filtres (assistants, standards...)
- S'entraîner à décrocher des rendez-vous
- Préparer sa prospection avec des outils digitaux
- Générer des leads via les réseaux sociaux
- Utiliser les réseaux sociaux (LinkedIn, Instagram, Facebook, YouTube...) dans une logique de social selling

Exercice : mise en situation de prospection avec appels simulés ou réels, analyse et débrief après chaque échange. Création de contenus pour les réseaux.

2) Identifier les besoins du client : techniques de questionnement

- Recueillir les attentes et instaurer un climat de confiance
- Adapter ses questions selon le profil de l'interlocuteur
- Pratiquer l'écoute active pour mieux rebondir
- Comprendre les leviers de motivation
- Faire émerger les besoins implicites
- Reformuler efficacement les attentes du client

Mise en situation : construction et organisation d'un questionnaire structuré (méthode de l'entonnoir) et entraînement à la reformulation.

3) Argumenter et convaincre son client

- Comprendre les étapes clés d'un échange commercial : préparation, argumentation, négociation, engagement
- Adapter son discours au profil de l'interlocuteur
- Utiliser des méthodes d'argumentation adaptées (ex : SONCAS)
- Mettre en avant les bénéfiques clients (méthode CAB)
- Construire une proposition claire (offre, devis, présentation orale)

Jeu de rôle : création et présentation d'un argumentaire de vente structuré.

4) Traiter les objections

- Comprendre la nature d'une objection
- Transformer une objection en opportunité d'échange
- Identifier les différents types d'objections
- Anticiper et répondre efficacement aux objections, notamment sur le prix

Exercice : élaboration d'un répertoire d'objections et de réponses, entraînement pratique et analyse des échanges (verbal et non verbal).

5) Conclure l'entretien et finaliser la vente

- Repérer les signaux d'achat
- Obtenir un engagement du client
- Utiliser des techniques de conclusion adaptées
- Clore l'échange de manière professionnelle

Exercice : rédaction et entraînement à des phrases de conclusion efficaces, mise en situation sur des cas concrets.

6) Fidéliser ses clients

- Comprendre les enjeux de la fidélisation
- Comparer coût d'acquisition et coût de fidélisation
- Organiser et segmenter son portefeuille client
- Mettre en place un suivi client structuré
- Utiliser un CRM (ex : HubSpot...)

Exercice : élaboration d'un plan de fidélisation client, présentation et mise en situation avec outils CRM.

7) Suivre et analyser sa performance commerciale

- Définir les indicateurs clés de performance (KPI)
- Analyser ses résultats pour ajuster sa stratégie
- Identifier des axes d'amélioration à partir des données

Exercice : construction de ses propres indicateurs et analyse des résultats (ventes, marges, chiffre d'affaires...).

8) Module e-learning

- Accès à environ 10 heures de formation en ligne sur les thématiques commerciales