Développer la performance commerciale B2B dans un marché digitalisé (certifiante) 35h

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.

Certification RS5839 – certificateur Manitude – date d'échéance de l'enregistrement au 26/01/2027

COURS PRATIQUE	PRIX 2026/27
35h	**2 990 € HT**

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES	Démonstrations en direct, ateliers pratiques, études de cas en lien avec les situations réelles des participants.
DURÉE DE LA FORMATION	La formation se déroule sur une durée de 35h en présentiel ou à distance. Chaque formation inclut 7h de e-learning.
PARTICIPANTS	Commerciaux, technico-commerciaux, chargés d'affaires, account managers, entrepreneurs ou toute personne exerçant une fonction commerciale en B2B, souhaitant développer sa performance commerciale en intégrant les outils digitaux (social selling, réseaux sociaux professionnels, CRM) à sa démarche de vente.
PRÉREQUIS	Admission sur dossier ou après entretien.
COMPÉTENCES DU FORMATEUR	Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.
MODALITÉS D'ÉVALUATION	Évaluation certificative sous forme de mises en situation sur la réalisation d'un entretien de vente et sur la mise en œuvre d'un dispositif après-vente de suivi. Le candidat sera évalué par un jury professionnel composé de 2 membres : 1 membre salarié de l'organisme de formation et 1 membre externe à l'organisme de formation. Les évaluateurs sont des professionnels disposant de 3 ans d'expérience dans le domaine commercial et devront respecter les exigences d'impartialité, d'indépendance et de dissociation du parcours de formation définies par le certificateur Manitude et France Compétences. La décision finale sera donnée par le certificateur Manitude au cours d'un jury de délivrance de certification. En cas de réussite, un certificat de compétences sera édité par Manitude et sera remis à l'apprenant par le centre de formation.
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. En cas de problème de connexion pour vos formations à distance, merci de contacter votre référent M. Galdemar : baptistegaldemar@formeaformation.com
MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS	L'inscription doit être finalisée au plus tard 24 heures avant le début de la formation. La formation est accessible pendant une durée de deux mois à compter de l'inscription du candidat.
ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES	Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez M. Galdemar, référent handicap, à l'adresse suivante : contact@formeaformation.com, pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité. En cas de problème technique, veuillez contacter M. Galdemar au 06 86 75 86 50.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, l'apprenant sera en mesure de :

- Compétence 1 : Préparer son action de prospection en identifiant la cible professionnelle avec les techniques du social selling et les méthodes traditionnelles afin d'optimiser l'efficacité de la démarche commerciale
- Compétence 2 : Prospecter en mobilisant les réseaux sociaux professionnels et les outils traditionnels (téléphone, présentiel) afin de favoriser la prise de rendez-vous
- Compétence 3 : Conduire une négociation commerciale à distance ou en présentiel, en mettant en place un argumentaire de vente structuré afin de répondre aux besoins, aux questions et aux objections du prospect
- Compétence 4 : Finaliser le processus de vente à distance ou en présentiel, en utilisant les techniques de closing afin d'amener le client à la contractualisation
- Compétence 5 : Fidéliser les clients en assurant un suivi régulier de la relation commerciale avec des outils digitaux (CRM, social selling, etc.) afin de mettre en place une relation commerciale pérenne
- Compétence 6 : Assurer le suivi de son action commerciale en utilisant des indicateurs de performance adaptés afin d'analyser son efficacité par rapport aux objectifs fixés

LE PROGRAMME

1

Optimiser sa prospection téléphonique et obtenir des RDV qualifiés (C1-C2)

- Construire et maîtriser son pitch de prospection
- Apprendre à prospecter par téléphone
- Passer les barrages
- S'entraîner à prendre des RDV avec des clients
- Préparer sa prospection avec des outils digitaux
- Entraînement de création de contenus sur les réseaux sociaux
- Prospection sur LinkedIn, Instagram, Facebook

Exercice : entraînement en réel (appels prospects) et débriefing en groupe.

2

Découvrir les besoins du client : la Questiologie (C2)

- Recueillir les besoins, obtenir la confiance, techniques de découverte
- Poser les bonnes questions selon le profil
- Utiliser l'écoute active pour rebondir
- Analyser les leviers de motivation
- Faire ressortir les besoins cachés
- Reformuler les besoins du client

Exercice : lister et ordonner les questions à poser aux clients (technique de l'entonnoir). Entraînement à une bonne découverte client et reformulation des besoins.

3

Argumenter et convaincre son client (C3)

- 4 étapes : préparation, argumentation, concession, engagement
- Comprendre le profil de l'interlocuteur
- Utiliser l'argumentaire SONCAS
- Mettre en avant les bénéfices clients : CAB
- Proposition : devis, offre, présentation verbale

Jeu de rôle : entraînement en groupe et débriefing collectif.

4

Répondre aux objections (C3-C4)

- Transformer une objection en élément positif
- Identifier et anticiper les types d'objections
- Traiter le prix avec diverses techniques
- Maintenir ses marges et défendre ses prix

Mise en situation : consulter son catalogue d'objections/réponses. Entraînement en binôme pour utiliser ses objections en situation réelle et analyse verbale et non verbale de chaque apprenant.

5

Conclure l'entretien et signer le contrat (C4)

- Déceler les signes de conclusion
- Obtenir l'engagement et signer
- Techniques de closing
- Assurer une prise de congé professionnelle

Cas pratique : utiliser des phrases percutantes pour bien conclure son entretien de vente. Entretien avec des cas conçus pour chaque apprenant.

6

Fidéliser ses clients (C5)

- Enjeux stratégiques de fidélisation
- Coût d'acquisition et de fidélisation
- Segmenter son portefeuille client
- Étapes d'un suivi efficace
- Fonctionnement CRM (Hubspot)

Exercice : élaboration d'un plan de fidélisation client et découverte d'un CRM à travers une mise en situation pratique.

7

Suivi et analyse de la performance commerciale (C6)

- Choisir les bons KPI
- Interpréter les données pour les objectifs
- Analyser les indicateurs pour s'améliorer

Exercice : construction d'indicateurs de performance (KPI), avec ou sans CRM, et suivi des résultats commerciaux (ventes, chiffre d'affaires, marges, etc.).