Vente centrée valeur : faire progresser vos deals par la conversation

Vos clients connaissent déjà votre offre. Ce qui fait la différence aujourd'hui, c'est votre capacité à comprendre ce qui se joue réellement dans l'échange et à y répondre avec justesse. Cette formation vous permet de sortir des approches standardisées pour adopter une posture commerciale plus fine, plus pertinente et orientée résultats.

COURS PRATIQUE
de 2 à 5 jours

PRIX 2026/27
À partir de **1 590 € HT**

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES	Démonstrations en direct, ateliers pratiques, études de cas en lien avec les situations réelles des participants.
PARTICIPANTS	Commerciaux et technico-commerciaux.
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. 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 directement 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 :

- Identifier les enjeux réels derrière les demandes clients
- Adapter sa posture commerciale selon la situation
- Faire avancer une discussion vers une décision concrète
- Réagir avec justesse face aux objections et aux hésitations
- Développer des relations commerciales solides et durables

LE PROGRAMME

1

Lire une situation commerciale au-delà du discours

- Identifier ce qui est dit... et ce qui ne l'est pas
- Comprendre les enjeux implicites du client
- Détecter les signaux faibles dans un échange

Cas pratique : analyse d'une conversation client pour identifier les vrais leviers de décision.

2

Créer une conversation utile et orientée décision

- Sortir du pitch et entrer dans l'échange
- Poser des questions qui font réfléchir le client
- Structurer une discussion qui avance

Cas pratique : simulation d'un échange client avec travail sur le questionnement.

3

Transformer son discours en impact concret

- Relier son offre aux enjeux du client
- Parler en bénéfices réels, pas en caractéristiques
- Adapter son message selon le contexte

Cas pratique : retravailler un discours commercial pour le rendre orienté valeur.

4

Gérer les objections sans casser la dynamique

- Comprendre ce que cache une objection
- Répondre sans argumenter à tout prix
- Maintenir un échange constructif

Cas pratique : jeu de rôle sur des objections fréquentes en vente.

5

Faire avancer la décision sans forcer la vente

- Identifier le bon moment pour conclure
- Accompagner le client dans sa réflexion
- Sécuriser les prochaines étapes

Cas pratique : simulation d'un closing basé sur la valeur et la relation.