ECLOSIA FORMATION

Qualiopi processus certifié
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
La certification qualité a été délivrée au titre de la ou des catégories d'actions suivantes :
Actions de formation

PERFORMANCE COMMERCIALE · PROGRAMME DE FORMATION

Techniques de vente et développement commercial

Structurer sa démarche et transformer ses opportunités

Durée	2 jours - 14 heures
Formats	Inter-entreprises · Intra-entreprise
Modalité	Présentiel.

La formation en quelques mots

Structurer votre prospection, conduire une découverte utile et argumenter sur la valeur de votre offre. Les participants s'entraînent sur des situations professionnelles et construisent des outils réutilisables dans leur activité commerciale.

Objectifs pédagogiques

À l'issue du parcours, vous serez capable de :

- Définir une cible commerciale et prioriser les prospects à partir de critères explicites.
- Construire un plan de prospection avec des actions, des canaux et un rythme de relance.
- Conduire un entretien de découverte et qualifier une opportunité commerciale.
- Construire un argumentaire reliant les bénéfices de son offre aux besoins identifiés.
- Traiter une objection et proposer une prochaine étape engageante pour le client.
- Suivre ses opportunités et définir un plan d'action à partir d'indicateurs commerciaux.

Public concerné et prérequis

Public : Commerciaux, responsables commerciaux, entrepreneurs, dirigeants et indépendants souhaitant structurer ou renforcer leur démarche commerciale, notamment en TPE/PME.

Prérequis : Aucune formation commerciale préalable requise. Exercer ou préparer une activité impliquant la vente d'une offre. Le positionnement initial permet d'adapter les cas pratiques au niveau des participants.

Premier jour

Cibler, prospecter et qualifier les opportunités · 7 heures

01 Structurer sa démarche commerciale

Durée : 1 h 30

Objectif : Définir ses priorités commerciales et clarifier la valeur de son offre.

- Analyser son activité, son portefeuille et ses opportunités actuelles
- Comprendre les étapes du cycle de vente et le parcours de décision du client
- Identifier les problèmes que son offre résout et les bénéfices à démontrer
- Formuler une proposition de valeur claire et adaptée à sa cible

Mise en pratique : Diagnostic de sa démarche et formulation d'une proposition de valeur pour une offre réelle.

02 Cibler et organiser sa prospection

Durée : 2 h 30

Objectif : Construire un plan de prospection ciblé et exploitable.

- Définir le profil du client idéal et ses critères de ciblage
- Prioriser les prospects selon leur potentiel et l'adéquation avec son offre
- Choisir ses canaux de contact : téléphone, e-mail et réseaux professionnels
- Préparer une accroche, un message de prise de contact et une relance
- Planifier les actions et organiser le suivi des prises de contact

Mise en pratique : Création d'un plan de prospection, rédaction d'un message et simulation d'un premier contact.

03 Découvrir les besoins et qualifier l'opportunité

Durée : 3 h

Objectif : Conduire un entretien de découverte et décider des suites à donner.

- Préparer l'entretien et installer un cadre d'échange professionnel
- Questionner les enjeux, les usages, les attentes et les difficultés du client
- Pratiquer l'écoute active et la reformulation
- Identifier les acteurs de la décision, les critères d'achat, le budget et le calendrier
- Synthétiser le besoin, vérifier l'adéquation de l'offre et convenir d'une prochaine étape

Mise en pratique : Jeu de rôle d'un entretien de découverte et renseignement d'une fiche de qualification.

Deuxième jour

Argumenter, conclure et organiser le suivi · 7 heures

04 Argumenter sur la valeur de son offre

Durée : 2 h

Objectif : Présenter une réponse convaincante et reliée aux besoins du client.

- Transformer les caractéristiques de son offre en bénéfices concrets
- Sélectionner des preuves et des exemples pertinents
- Structurer une proposition commerciale compréhensible
- Présenter le prix en lien avec la valeur et les résultats attendus

Mise en pratique : Construction d'un argumentaire personnalisé et présentation d'une proposition commerciale.

05 Traiter les objections et préparer la conclusion

Durée : 2 h

Objectif : Répondre aux freins du client et obtenir un engagement adapté.

- Accueillir une objection et distinguer une réserve d'un manque d'information
- Clarifier le frein avant de répondre, sans se justifier ni surpromettre
- Répondre aux objections courantes : prix, délai, concurrence et priorité
- Repérer les signes d'avancement et proposer un engagement clair

Mise en pratique : Simulations d'objections et formulation d'une prochaine étape avec responsable et échéance.

06 Suivre ses opportunités et piloter son activité

Durée : 1 h 30

Objectif : Organiser le suivi commercial et prioriser ses actions.

- Documenter le statut, les informations clés et la prochaine action de chaque opportunité
- Préparer des relances utiles et adaptées au cycle d'achat
- Choisir des indicateurs : contacts, rendez-vous, opportunités et taux de conversion
- Construire un plan d'action commercial réaliste pour les trente prochains jours

Mise en pratique : Création d'un tableau de suivi et d'un plan d'action à trente jours.

07 Mettre en pratique et ancrer les acquis

Durée : 1 h 30

Objectif : Mobiliser les étapes de la vente dans une situation complète.

- Conduire un entretien simulé à partir d'un cas professionnel
- Adapter son argumentation aux besoins et répondre à une objection
- Formaliser l'engagement obtenu et les suites à donner
- Identifier ses points forts, ses axes de progrès et ses actions prioritaires

Mise en pratique : Mise en situation finale évaluée, retour individualisé et finalisation du plan d'action.

Pédagogie, évaluation et suivi

Méthodes et moyens pédagogiques

Apports ciblés sur les étapes de la vente et l'organisation de l'activité commerciale.

Exercices individuels et travaux en binômes à partir d'offres et de situations professionnelles.

Jeux de rôle : premier contact, découverte client, argumentation et traitement des objections.

Retours individualisés du formateur et échanges sur les pratiques des participants.

Moyens et supports : Salle adaptée, paperboard, supports de formation et fiches pratiques. Les modèles de ciblage, de prospection, de découverte, d'argumentaire et de suivi sont remis aux participants. Des cas pédagogiques sont fournis si nécessaire.

Modalités d'évaluation et de suivi

Questionnaire de positionnement en amont et auto-évaluation en fin de formation.

Évaluation continue à partir des exercices et des outils réalisés.

Évaluation finale des acquis : Mise en situation commerciale et examen du plan d'action. La grille porte sur le questionnement, la reformulation du besoin, la pertinence de l'argumentaire, le traitement d'une objection et la formalisation d'une prochaine étape. Les acquis et les axes de progrès sont consignés pour chaque participant.

Questionnaire de satisfaction à chaud, en fin de formation.

Bilan à froid à 60 jours pour apprécier la mise en application des acquis.

Reconnaissance de la formation

Formation non certifiante, ne conduisant pas à une certification RNCP ou RS. Un certificat de réalisation est remis à l'issue de l'action de formation.

Des formateurs spécialisés

Les formations sont animées par des formateurs spécialisés en techniques de vente, en prospection et en développement commercial.

Les intervenants sont sélectionnés pour leur expertise du sujet et leur expérience professionnelle. L'identité et le profil de l'intervenant sont communiqués avant l'inscription définitive.

Informations pratiques et inscription

Durée	2 jours - 14 heures, hors pauses et déjeuner.
Formats et effectif	Inter : session confirmée à partir de 4 participants. Intra : de 3 à 10 participants.
Lieu	Inter : Paris et région parisienne, lieu communiqué avant inscription. Intra : lieu et modalités définis avec l'entreprise.

Tarifs et devis

Inter-entreprises : **1 290 € HT / personne** pour les 2 jours (14 heures).
Intra-entreprise : **3 490 € HT / groupe**, pour un groupe de 3 à 10 participants.
Soit 349 € HT / personne, sur une base de 10 participants. Le forfait groupe s'applique lorsque l'effectif est inférieur.
Tarifs HT, hors frais annexes précisés au devis. Pour deux formations achetées ensemble : remise de 10 % sur le total HT des frais pédagogiques, pour un même client et une même commande.

Modalités et délais d'accès

Contact par e-mail ou téléphone, recueil du besoin et positionnement, puis transmission du programme, du devis et des modalités d'organisation avant confirmation de l'inscription.

Délai d'accès : prévoir 15 jours entre la réception d'une demande complète et le début de la formation, sous réserve des places et disponibilités ainsi que de l'accord du financeur lorsqu'il est sollicité. Les dates sont convenues et confirmées avant inscription.

Accessibilité et accompagnement du handicap

Référente handicap : Vanessa Kiaku. Contact : contact@eclosiaformation.fr - 07 62 95 90 21. Contactez-nous en amont pour étudier les adaptations pédagogiques, les conditions d'accueil et, si nécessaire, les possibilités d'orientation.

Qualiopi et financement

Eclosia Formation est certifié Qualiopi au titre des actions de formation. Une prise en charge par un OPCO ou un FAF peut être étudiée selon votre situation. Elle reste soumise à l'éligibilité du projet, aux fonds disponibles et à l'accord préalable du financeur. Nous vous accompagnons dans le montage du dossier administratif.

Contact : Vanessa Kiaku · contact@eclosiaformation.fr · 07 62 95 90 21