

PROGRAMME DE FORMATION
« Les fondamentaux de la vente »

OBJECTIFS DE LA FORMATION

Construire son plan d'action commercial, prospecter avec efficacité, réussir ses entretiens commerciaux et développer des partenariats pérennes.

PUBLIC CONCERNÉ

Commerciaux, technico-commerciaux, ingénieurs d'affaires en prise de fonction ou souhaitant développer ses compétences de vente

Formation accessible aux personnes à mobilité réduite

PRÉ REQUIS

Cette formation ne nécessite aucun prérequis.

LIEU DE FORMATION

Formation inter-entreprises : Strasbourg

Formation intra-entreprise : dans les locaux du client

Accessible en formation à distance (FOAD)

DURÉE ET HORAIRE

21 heures, soit 3 jours

Le matin de 9h00 à 12h30

L'après-midi de 13h30 à 17h00

DATES DE FORMATION

En inter-entreprise : la formation démarre le premier mardi de chaque trimestre

En intra-entreprise : la formation démarre aux dates définies avec le client, indiquées sur la convention de formation signée par les deux parties

MÉTHODES ET MOYENS PÉDAGOGIQUES

Méthodes actives avec mises en situation / exercices pratiques / jeux de rôle / travaux en sous-groupes avec analyse et consolidés, exposés théoriques

PROFIL DE LA FORMATRICE

Carole ALLOMBERT, disposant d'une expertise métier et pédagogique pouvant être accompagnée d'un(e) intervenant(e) expert(e) dans le domaine de la relation client

Formatrice experte dans le domaine de la relation client après plus de 20 ans à des postes d'ingénieur commercial grands comptes et de directrice d'agence

DESU conseil en RH, DEA Sciences humaines, bac+4 Marketing International et Management,

DUT Techniques de commercialisation

Titre de Formatrice Professionnelle pour Adultes (FPA)

SUIVI ET EVALUATION

Avant la formation : test de positionnement individuel permettant une évaluation diagnostique

Questionnaire Google Forms envoyé à chaque stagiaire pour recueillir des attentes spécifiques

Mail d'invitation pour donner du sens à la formation, rappeler les objectifs et les grandes lignes du contenu

Pendant la formation : rappel des objectifs de la formation et du programme en début de formation, évaluation des apprentissages tout au long de la formation.

A l'issue de la formation : test de fin de formation, évaluation individuelle de la satisfaction à chaud, évaluation individuelle à froid sous forme d'un questionnaire 6 à 12 mois après la formation.

Attestation de fin de formation.

Attestation de présence et d'assiduité individuelle.

Certificat de réalisation.

COÛT PEDAGOGIQUE NET DE TVA

Formation inter-entreprises : 1 485 € / participant

Formation intra-entreprise : à partir de 4 950 € la session

MODALITES DE FORMATION EN FOAD (formation à distance)

La formation peut être suivie via la plateforme ZOOM.

Pour participer à cette action de formation dans de bonnes conditions, une simple connexion à Internet et une webcam sont nécessaires.

En cas de difficulté pour se connecter, le formateur est disponible au numéro de téléphone indiqué ci-dessous.

Evaluation continue pendant la formation à travers de nombreux exercices pratiques à réaliser en ligne avec un corrigé fait par le formateur.

Emargement électronique à chaque séance de formation ou attestation d'assiduité signée par le stagiaire en fin de formation.

En fin de formation, le stagiaire complète et renvoie l'évaluation à chaud de la formation.

Modalités techniques d'assistance :

Messagerie : carole.allombert@co-performer.fr

Téléphone : 06 69 65 76 54

<https://support.zoom.us/hc/fr/articles/201362003> concernant l'utilisation de l'outil ZOOM

Visioconférence : ZOOM

PROGRAMME DE FORMATION

Construire son plan d'action commercial et s'organiser

- Construire son plan d'action commercial : enjeux, diagnostic, objectifs de développement et de conquête, stratégie mise en œuvre (clients et prospects)
- La valeur ajoutée de mon offre : les arguments et critères de différenciation qui donnent du sens et génèrent l'envie de travailler avec ma société plutôt qu'un(e) autre prestataire
- Réaliser son pitch et faire la différence auprès des clients et prospects : *conception et entraînement*
- S'organiser en fonction des priorités : typologie d'activité

Exercices de mise en pratique sur le plan d'action commercial et l'organisation hebdomadaire

Prospecter avec efficacité

- Objectifs de prospection et mise en œuvre
- Nécessité d'utiliser différents canaux : RV physique planifiés, visites, téléphone, réseaux sociaux,
- Réussir sa prospection téléphonique : qualifier ses prospects, préparer son accroche commerciale, optimiser la prise de RV, traitement des objections.
- Mobiliser des plages de prospection et préparer les actions et outils

Exercices de mise en pratique relatifs à la phase de prospection

Préparer ses entretiens commerciaux et réussir la phase de découverte

- Rechercher des informations générales et stratégiques pour vous différencier,
- Préparer l'entretien
- Réussir sa prise de contact : posture et techniques pendant la phase d'ouverture.
- Optimiser la découverte du prospect : la méthode SPIS
- Transformer un besoin implicite en besoin explicite et susciter un désir d'achat.

Entretiens de découverte avec un prospect

Réussir la phase de présentation de solution et fidéliser

- Faire une synthèse des besoins précédemment identifiés
- S'approprier la posture et les techniques de l'argumentation persuasive,
- Répondre efficacement aux objections et présenter son prix comme une caractéristique
- Réussir le closing et s'inscrire dans une logique d'amélioration continue.

Entretiens de présentation de son offre à forte valeur ajoutée

Programme mis à jour le 01/02/2026