

FORMAVICTOIRE
Organisme de Formation

Comprendre, structurer, vendre : les bases d'une stratégie commerciale efficace

Dans un environnement commercial de plus en plus concurrentiel, les professionnels doivent développer une approche structurée et personnalisée de la vente pour créer de véritables relations de confiance avec leurs clients. Trop souvent, les pratiques commerciales se concentrent sur des techniques sans prendre en compte la diversité des interlocuteurs et la nécessité d'une stratégie adaptée à chacun.

Cette formation a été pensée pour permettre aux participants de renforcer leur posture commerciale, de mieux comprendre les attentes de leurs prospects et clients, et de construire des approches de vente pertinentes, efficaces et alignées avec leur propre style. À travers un travail sur les fondamentaux, les outils de diagnostic et la construction d'un argumentaire clair, l'objectif est de rendre chaque démarche commerciale plus fluide, plus impactante et surtout plus humaine.

Formation en présentiel ou à distance, en inter-entreprise ou en intra-entreprise

Informations pratiques

- **Public** : Equipe de vente, ingénieur commerciaux, agents commerciaux, chef d'entreprise de PME.
- **Prérequis** : aucun
- **Durée** : 2 jours (14h)
- **Personnes en situation de handicap** : notre page dédiée vous donnera toutes les informations concernant l'accessibilité de nos formations aux personnes en situation de handicap www.formavictoire.com/accessibilite
- **Tarif formation intra-entreprise** : 1 490€ HT par jour (groupes de 2 à 10 personnes)
- **Tarif formation inter-entreprise** : 390 € HT par jour et par apprenant
- **Tarif accompagnement individuel** : 150 € HT par heure
- **Délai d'accès** : 3 semaines entre la demande et l'animation de la formation (réunion de préparation, choix du formateur, planification de la session, information des participants)

Evaluations

- **Modalité d'adaptation** : Le contenu des modules de formation peut être adaptés aux besoins spécifiques des stagiaires.
- **Suivi de l'assiduité** : Feuilles de présence signées pour demi-journée, ou rapport de connexion et signature d'une feuille d'émargement en distanciel.
- **Evaluation début de formation** : Questionnaire de positionnement
- **Evaluations en cours de formation** : QCM, exercices, quiz, compte rendu pédagogique en fin de chaque session
- **Evaluations en fin de formation** : Evaluation des acquis
- **Evaluation de la satisfaction** : Compte rendu pédagogique du formateur, évaluation de satisfaction du client, évaluation de satisfaction des apprenants en fin de formation.
- **Evaluations après la formation** : Evaluation à froid des apprenants 4 à 6 mois après la formation (Transfert des compétences)
- **Attestation de suivi de formation** : Comprendre, structurer, vendre : les bases d'une stratégie commerciale efficace

Extensions Possibles

- Organiser des ateliers thématiques pour approfondir les techniques de vente, de pitch et d'argumentation adaptées à différents types de clients.
- Proposer des séances de coaching individuel afin d'aider chaque participant à intégrer les acquis dans ses démarches commerciales réelles.
- Digitaliser les contenus de formation pour offrir un accès permanent aux outils, aux ressources clés et à des modules de renforcement.
- Créer des sessions de partage d'expérience entre commerciaux pour capitaliser sur les retours terrain, valoriser les bonnes pratiques et stimuler l'intelligence collective.

Méthodes pédagogiques

- 80% pratique et 20% théorique
- Mises en situation
- Études de cas
- Jeux de rôles, pratiques interactives.
- Débriefings
- Apports théoriques en lien avec la pratique

Objectifs

Objectif global de la formation :

- Développer une approche de vente structurée et adaptée pour conduire des démarches commerciales efficaces.

Objectifs de chaque module :

- Intégrer les bases de la vente et du commerce
- Mettre en place une Stratégie commerciale, de bonnes pratiques et des outils efficaces
- Construire son approche commerciale
- Mise en situation et application des thèmes abordés (option)



PROGRAMME

MODULE 1 – INTEGRER LES BASES DE LA VENTE ET DU COMMERCE

- Rappel sur les bases de vente et du commerce
- Apprendre à découvrir la psychologie de son interlocuteur
 - a. Présentation du SONCAS
 - b. Présentation de la méthode du DISC
- Connaître les grandes étapes d'un cycle de vente
- **Application croisée** : Mise en pratique du SONCAS et DISC entre stagiaire

MODULE 2 – METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE COMMERCIALE, DE BONNES PRATIQUES ET DES OUTILS EFFICACES

- Présentation des outils d'auto-diagnostic, la matrice SWOT
- Mettre en place sa stratégie commerciale
- Apprendre les bonnes pratiques de la préparation d'un rendez-vous client/prospect
- Intégrer les différents modes de prospections
- **Exercice appliqué** : Travail individuel et collectif d'auto-diagnostic avec la matrice SWOT

MODULE 3 – CONSTRUIRE SON APPROCHE COMMERCIALE

- Réaliser son (ses) accroche(s) commerciale
- Bâtir son (ses) argumentaire(s), le Pitch commercial
- Présentation de la méthode MEDDIC
- Maîtriser les circuits de décision
- **Exercice appliqué** : Bâtir son propre Pitch commercial

MODULE 4 – MISE EN SITUATION ET APPLICATION DES THÈMES ABORDÉS (OPTION)

- Simulation de prise de rendez-vous, en fonction du type de prospection
- Entretien de vente :
 - a. La découverte clients/prospects
 - b. L'argumentation et traitement des objections
 - c. La négociation
 - d. Le closing