

Formation : Gagner en impact lors d'un entretien client

crédibilité, assertivité, influence

Formation pratique - 2j - 14h00 - Réf. TRE

Prix : 1280 € H.T.



Maîtriser les techniques d'entretien de vente. Comment y ajouter ce petit plus qui fait la différence et permet de renforcer votre impact en entretien de vente ? Cette formation vous propose via des techniques de communication et de persuasion efficaces de développer votre volume d'affaires.

Objectifs pédagogiques

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

- ✓ Conduire l'entretien afin de ne pas le subir
- ✓ Éviter les comportements stériles ou nocifs
- ✓ Utiliser un mode de communication favorable
- ✓ Influencer votre client pour atteindre vos objectifs
- ✓ Retourner à votre avantage une situation critique

Public concerné

Commerciaux, consultants et techniciens avant-vente.

Prérequis

Expérience souhaitable en vente.

Vérifiez que vous avez les prérequis nécessaires pour profiter pleinement de cette formation en faisant [ce test](#).

Méthodes et moyens pédagogiques

Travaux pratiques

Mises en situation et jeux de rôles, tests d'autoévaluation. Retours d'expériences, échanges de bonnes pratiques.

Méthodes pédagogiques

Méthodes pédagogiques actives et participatives. Alternance de théorie/pratique avec application au contexte et expériences des participants.

PARTICIPANTS

Commerciaux, consultants et techniciens avant-vente.

PRÉREQUIS

Expérience souhaitable en vente.

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 cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Programme de la formation

1 Identifier vos réactions face à vos clients

- Mesurer son assertivité.
- Savoir repérer les comportements inefficaces en entretien et leurs conséquences.
- Déjouer les pièges de la mécommunication.

Exercice

Autodiagnostic sur son niveau d'assertivité.

2 Oser dépasser ses craintes, ses appréhensions

- Découvrir ses croyances "limitantes" et messages contraignants.
- Oser vendre le prix affiché.
- Transformer les objections en arguments.
- Travailler en environnement hostile.

Mise en situation

Interagir avec un client agressif en adoptant une attitude assertive. Sortir d'une "position basse" induite par le client. Débriefing collectif.

3 Développer son image et sa crédibilité

- Connaître et reconnaître ses qualités.
- Identifier ses limites.
- Utiliser les techniques de réassurance.
- Se préparer mentalement.
- Adopter l'attitude d'un "winner".
- Utiliser des techniques pour projeter une image de crédibilité.

Exercice

Entraînement à la préparation mentale : visualisation de la victoire, ancrage d'un ressenti positif.

4 Argumenter de façon persuasive et assertive

- Affirmer ses intentions.
- Rassurer son client.
- Utiliser le recadrage positif.
- Utiliser le bon canal de communication.
- Éviter l'installation du doute.

Mise en situation

Entraînement à un entretien en utilisant le recadrage positif. Débriefing collectif.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les formations pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque formation ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émergence par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le participant a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

5 Oser s'affirmer face à ses clients

- Savoir répondre posément à une critique.
- Traiter efficacement les objections.
- Prononcer un refus acceptable par le client.
- Pratiquer "l'anti-vente".

Mise en situation

Accueillir et gérer les différentes objections clients. Débriefing collectif.

6 Influencer son client

- Donner envie et faire adhérer à sa cause.
- Satisfaire les besoins psychologiques du client.
- Faire du lobbying.
- Développer sa capacité de persuasion.
- Se rendre sympathique et incontournable.
- Prendre l'ascendant en douceur.

Mise en situation

Découvrir les besoins motivant un client au cours d'un entretien. Débriefing collectif.

Parcours certifiants associés

Pour aller plus loin et renforcer votre employabilité, découvrez les parcours certifiants qui contiennent cette formation :

- [Cycle certifiant Chargé d'affaires - Réf. KOM](#)

Dates et lieux

CLASSE À DISTANCE

2026 : 4 juin, 17 sep., 17 déc.

PARIS LA DÉFENSE

2026 : 4 juin, 17 sep., 17 déc.