

Formation : Atelier : Réussir ses réunions commerciales à distance

soutenances et rendez-vous commerciaux en visio-conférence
Formation pratique - 2j - 14h00 - Réf. RCD
Prix : 1500 CHF H.T.

Qu'il s'agisse d'un rendez-vous de prospection, de vente ou d'une soutenance, la réussite d'un rendez-vous commercial "à distance" s'appuie sur une méthodologie précise et la mobilisation de savoir-être spécifiques. Quelles techniques d'organisation et de préparation mettre en œuvre ? Comment structurer, rythmer un entretien participatif sans perdre de vue ses objectifs ? Quelles approches de communication privilégier pour valoriser son offre ? Comment rester maître du temps et conclure de façon constructive ? Deux jours d'ateliers pour expérimenter et adopter les bonnes pratiques.

Objectifs pédagogiques

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

- ✓ Intégrer les spécificités de l'animation à distance dans sa préparation
- ✓ S'appuyer sur le storytelling pour dynamiser sa présentation
- ✓ Impliquer son auditoire par sa posture et sa communication
- ✓ Détecter et gérer les oppositions et les objections

Public concerné

Commerciaux et technico-commerciaux.

Prérequis

Expérience requise en vente B 2 B. Bonnes connaissances des fondamentaux des techniques de vente.

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

PARTICIPANTS

Commerciaux et technico-commerciaux.

PRÉREQUIS

Expérience requise en vente B 2 B. Bonnes connaissances des fondamentaux des techniques de 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.

Méthodes et moyens pédagogiques

Travaux pratiques

Atelier : tout au long de l'atelier, les participants construisent leur plan d'action opérationnel et leur kit d'animation de rendez-vous commercial à distance.

Méthodes pédagogiques

Pédagogie participative. Ateliers et suivis de l'analyse avec retours du formateur. Construction étape par étape d'une approche opérationnelle.

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 Poser le cadre et les bonnes questions

- Réaliser un rendez-vous à distance : quand, pourquoi, comment.
- Identifier les enjeux pour l'entreprise, pour soi et le client.
- Identifier et écouter ses ressentis.

Travaux pratiques

Atelier collectif : apprendre des échecs et des succès, identifier les spécificités, avantages et risques du distanciel (en groupe). Réflexion individuelle : connaître ses forces, ses zones d'inconforts et ses freins dans ce style d'animation. Apprendre à s'appuyer sur ses forces

2 Préparer et structurer sa présentation commerciale en réunion à distance

- Identifier les profils et les attentes de ses interlocuteurs.
- Adapter sa préparation aux enjeux de la réunion : fixer les objectifs.
- Choisir les messages clés à développer.
- Structurer sa présentation : contenu, enchaînement, temps imparti.
- Utiliser le storytelling pour se démarquer.

Travaux pratiques

Atelier collectif : à partir d'exemples proposés et de situations vécues, identifier auditoire, message, envie ou besoin d'entendre. Réflexion individuelle sur le contexte des rendez-vous : sélectionner les informations pertinentes en fonction de la cible (matrice SWOT), construire sa trame de présentation, intégrer la gestion du temps, concevoir le storytelling (préparer son pitch, raconter son offre).

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.

3 Impulser la dynamique de la réunion à distance

- Présenter ses messages de façon impactante.
- Adopter les bonnes postures.
- Incarner ce que l'on présente.

Travaux pratiques

Mises en situation sur des exemples concrets de rendez-vous : ouvrir et conclure avec impact. Mises en situation avec le pitch. Incarner sa présentation : entraînement sur la posture, rythme, voix. Installer la confiance et créer du lien : entraînement à l'écoute active et au questionnement.

4 Engager le client dans la construction du partenariat

- Rendre la réunion participative : fond et forme.
- Rester maître du temps.
- Identifier et gérer les objections.
- Engager le client et conclure l'achat ou le partenariat.

Travaux pratiques

Mises en situation sur des exemples concrets de rendez-vous : instaurer un cadre favorable et participatif. Impliquer et laisser l'espace à chaque participant de la réunion. Identifier alliés et opposants. Aller "chercher" ceux qui décrochent. Détecter les objections sous-jacentes : verbal/non verbal. Identifier les étapes de la conclusion et les phrases clés pour engager et valider l'accord.

Dates et lieux

CLASSE À DISTANCE

2026 : 11 juin, 1 oct.