

# Formation : Renforcer ses compétences commerciales : ateliers intensifs

*Cours pratique - 2j - 14h00 - Réf. VEN*

*Prix : 1500 CHF H.T.*

 4,7 / 5

BEST

Comment toucher la bonne personne pour développer son volume d'affaires ? Quelles approches pour cerner et cibler les motivations et besoins client, créer de la valeur et se distinguer de la concurrence ? Cette formation-atelier vous permet de développer et consolider votre savoir-faire et savoir-être commercial.

## Objectifs pédagogiques

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

- ✓ Améliorer l'efficacité de sa prise de contact
- ✓ Approfondir sa collecte d'informations stratégiques
- ✓ Affûter son argumentation et démarquer son offre de la concurrence
- ✓ Déetecter les signaux d'achat pour bien conclure

## Public concerné

Commerciaux et technico-commerciaux.

## Prérequis

Expérience requise en vente B to 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 to 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

### Mise en situation

Ateliers pratiques progressifs sur les savoir-faire et savoir-être (plus de 50 % du temps de la formation). Jeux de rôle Boîte à outils.

### Méthodes pédagogiques

Méthodes pédagogiques actives et participatives. Alternance de théorie/pratique avec application au contexte et à l'expérience des participants.

### 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 Obtenir un rendez-vous avec un décideur

- Structurer une référence active : obtenir une recommandation.
- Identifier les bénéfices pour votre interlocuteur de vous recevoir.
- Lui communiquer ce bénéfice avec enthousiasme.

#### Travaux pratiques

Atelier : identifier dans son portefeuille les personnes par lesquelles obtenir une recommandation.

#### 2 Gagner la confiance dès les premières minutes

- Mieux comprendre le client et instaurer un climat de confiance : règle des 4 x 20.
- Utiliser les quatre vecteurs de communication : voix, posture, regard, présence physique.
- Saisir l'importance du non-verbal.
- Faire face à une attitude de réserve et de repli.

#### Mise en situation

Atelier : "pitch" commercial. Présenter sa société en une minute.

#### 3 Identifier les besoins et les motivations d'achat

- Découvrir les stratégies du client : ses objectifs, ses contraintes, ses enjeux.
- Identifier le réseau d'influence.
- Hiérarchiser les priorités commerciales à partir des objectifs de l'acheteur.
- Cerner les motivations de son interlocuteur.
- Utiliser les outils de la découverte : questions, empathie, écoute active, reformulation.
- Identifier le style de communication de son interlocuteur et s'y adapter.

#### Mise en situation

Atelier : appliquer les outils de la découverte dans une prise de contact rapide. Débriefing en groupe.

### 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'émargement 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.

## 4 Affiner son argumentation

- Choisir les arguments en fonction des informations recueillies en phase de découverte.
- Bâtir et structurer son argumentation.
- Savoir communiquer en termes de bénéfices client.
- Vendre par la preuve.
- Se démarquer de la concurrence.
- Les trois techniques de présentation du prix.

### Mise en situation

Atelier : présenter la solution en lien direct avec les besoins identifiés durant la phase de découverte.

## 5 Traiter les objections

- Les attitudes à adopter face aux objections.
- Les trois étapes clés du traitement d'objections.
- Les techniques de traitement.

### Mise en situation

Atelier : entraînement pratique sur les objections les plus fréquentes.

## 6 Obtenir l'engagement du client

- Déetecter les signaux d'achat.
- Choisir la bonne forme de conclusion.
- Capitaliser la connaissance : le compte-rendu d'entretien.
- Maîtriser les stratégies de fidélisation pour faire de chaque client un ambassadeur.

### Mise en situation

Atelier : reconnaître les signaux d'achat et les signaux de vigilance. Conclure efficacement l'entretien de vente. Rédiger le compte-rendu.

## Dates et lieux

### CLASSE À DISTANCE

2026 : 2 avr., 2 avr., 28 mai, 28 mai, 15 oct.,  
15 oct., 10 déc., 10 déc.