



PROGRAMME DE FORMATION

BASES DE LA VENTE

Version mise à jour : Novembre 2025



Public concerné

- Attachés commerciaux
- Chargé d'affaires
- Chef des ventes
- Fonctions commerciales itinérantes ou sédentaires



- Pré requis : Aucun
- Effectif : De 4 à 8 apprenants
- Déroulement : Présentiel
- Durée : 1 jour (7 heures)
- Lieu : A définir (intra)
- Dates : A définir
- Tarif intra : à partir de 1 290 € HT la journée (hors frais de déplacement). Devis personnalisé sur demande
- Délai moyen d'accès : 20 jours après validation du devis et de la convention.
- Formation accessible aux personnes en situation de handicap avec adaptation possible

Référent handicap
yannick@negoforte.fr



Objectifs de la formation

- Conduire un entretien de vente structuré, de la prise de contact à la conclusion, en adaptant leur communication au profil du client.
- Identifier et qualifier les besoins et motivations d'achat afin de construire un argumentaire pertinent et différenciant.
- Gérer les objections et conclure efficacement en favorisant l'accord du client sur la proposition formulée.



Modalités

- Toute demande d'inscription fait l'objet d'un **entretien de cadrage** pour préciser les besoins, définir les objectifs et planifier la session.
- **Evaluation** : Fiche de positionnement individuel en amont de la formation Autoévaluation et observation en situation (mises en scène, grilles critériées). Évaluation à chaud et à froid par questionnaire de satisfaction



Méthodologie

- Ateliers séquencés par objectif pédagogique
- Apports théoriques animés
- Mises en situation / Exercices pratiques / Outils de facilitation
- Échanges et réflexion collective
- Formation En Situation de Travail (F.E.S.T.)
- Méthode participative et co-active
- Livrable synthétique au format carte mentale



Contenu

- La préparation du RDV en amont
- Comment définir les objectifs principaux et secondaires du RDV
- Réussir sa prise de contact
- Rester en maîtrise du déroulé de l'entretien
- Les clés pour piloter sa découverte
- Dissocier les données techniques des motivations d'achat
- Convaincre avec des arguments ciblés
- Comment amplifier l'impact de ses arguments
- Utiliser les objections du clients pour favoriser le closing
- Conclure son entretien avec succès
- Les outils et techniques à connaître