

# Parcours de formation en Vente B2B



Proposition de valeur et Approche relationnelle

Découverte du client et Motivation à l'achat

Argumentation, Traitement des objections et Conclusion de la vente

Vente Comportementale : adapter sa communication et sa vente aux profils des clients

Prospection & Développement du portefeuille client

Négociation commerciale : défendre ses marges et conclure des accords durables

# Proposition de Valeur et Approche relationnelle



**Différencier votre offre face à celle de vos concurrents, présenter votre valeur ajoutée et impacter vos prospects et clients dès les premières minutes.**



## Objectifs

- Savoir préparer ses entretiens de vente
- Identifier la valeur de son offre et savoir la présenter de manière claire et synthétique
- Réaliser une prise de contact réussie
- Identifier les techniques relationnelles permettant de créer une première impression positive



## Public concerné

Toute personne amenée à vendre et à délivrer une expérience client exceptionnelle



## Prérequis

Aucun



## Modalités d'évaluation

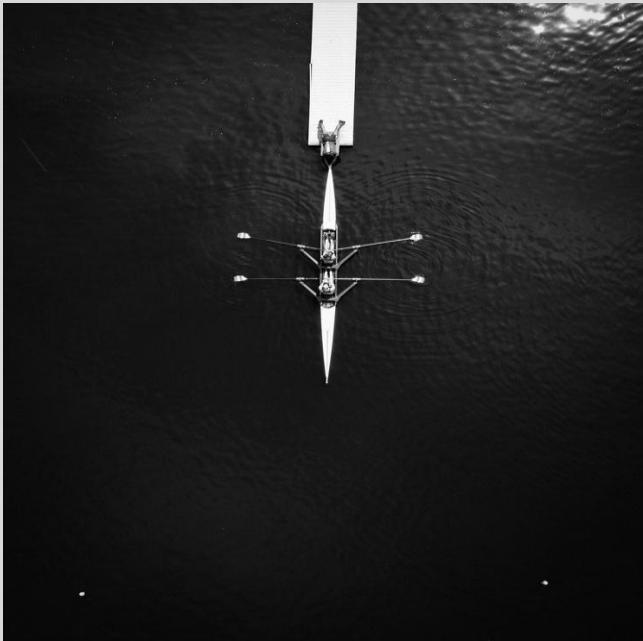
Mises en situation pratique

**12 heures**

## Programme

- Comprendre le comportement d'achat des clients
- Connaître la logique d'un entretien de vente réussi : la distinction entre processus de vente et entretien de vente
- Les processus d'achat et de vente directe/indirecte
- Analyse de la concurrence et identification des atouts concurrentiels de son offre
- Les facteurs révélateurs d'une approche conseil (vente de solutions)
- Rédaction d'un pitch, punchy & concis
- Les règles d'or de la communication

# Découverte du client et Motivation à l'achat



**Maîtriser les techniques qui vous permettent de découvrir les besoins de vos clients, de détecter les opportunités de ventes complémentaires et de susciter l'intérêt des plus passifs.**



## Objectifs

- Maîtriser les techniques de questionnement
- Structurer son approche avec intérêt et empathie
- Élargir le champ de la découverte pour identifier les opportunités de vente complémentaire
- Savoir mettre en tension son interlocuteur



## Public concerné

Toute personne amenée à vendre et dont le niveau a été validé par le diagnostic préalable au parcours



## Prérequis

Maîtrise de la valeur ajoutée de son offre



## Modalités d'évaluation

Mises en situation pratique

## 12 heures

## Programme

- Les enjeux de la phase de la découverte
- L'analyse de la demande
- La méthode de l'entonnoir et les différents types de questions
- L'interconnexion des enjeux dans l'entreprise et la méthode de questionnement « Grand Angle»
- Le baromètre de la motivation et la construction de la bibliothèque de questions
- L'empathie et l'écoute active
- La technique de la dernière goutte et la gestion des silences
- La théorie du filtre, les dangers de l'interprétation
- Le tiercé gagnant : reformuler, valider, faire hiérarchiser

# Argumentation commerciale, Traitement des objections et Conclusion de la vente



Valoriser et défendre votre offre et optimiser les processus de décision grâce à la maîtrise des techniques de conclusion.



## Objectifs

- Présenter son offre en valorisant les bénéfices
- Transformer chaque objection en une opportunité de vente
- Engager le client dans la conclusion au bon moment
- Utiliser des techniques de conclusion pour faciliter la prise de décision, garder la main et optimiser les processus d'achat



## Public concerné

Toute personne amenée à vendre et dont le niveau a été validé par le diagnostic préalable au parcours



## Prérequis

Maîtrise de la valeur ajoutée de son offre et des techniques de découverte du client



## Modalités d'évaluation

Mises en situation pratique

12 heures

## Programme

### 1. Argumentation

- Les techniques d'argumentation (CAB-BAC)
- L'écriture et la prise en main d'argumentaires types
- Lien entre la découverte et l'argumentation
- Présenter son prix positivement

### 2. Traitement des Objections

- Transformer une objection en opportunité de vente
- Traiter les objections « à la racine » et poursuivre sa vente (contrepoids, boomerang, déplacement, renversement)

### 3. Closing

- Les enjeux de la phase de conclusion
- Les moments clés pour réussir la conclusion
- Méthode des médailles
- Techniques de conclusion (alternative, approche directe, confortation, synthèse des oui)

# Prospection et Développement du portefeuille clients



**Optimiser le développement de votre portefeuille et augmenter le nombre de vos rendez-vous à fort potentiel.**

**Accroître votre productivité et votre visibilité grâce à l'IA.**



## Objectifs

- Établir un état des lieux de son portefeuille client
- Prioriser ses tâches et optimiser son temps de prospection
- Exploiter les réseaux physiques et virtuels pour varier ses sources de prospection
- Obtenir des recommandations actives et dynamiques
- Maîtriser les techniques de prise de rendez-vous par téléphone
- Appréhender l'IA et l'intégrer dans une démarche de prospection



## Public concerné

Toute personne amenée à vendre et à délivrer une expérience client exceptionnelle



## Prérequis

Aucun



## Modalités d'évaluation

Mises en situation pratique

**12 heures**

## Programme

### 1. Optimisation du portefeuille client

- Prospecter, Développer, Fidéliser : Attirer de nouveaux clients et fidéliser les existants
- Cycle de vie du client : Gérer toutes les étapes de la relation client
- Exploiter les opportunités : Maximiser les opportunités de business

### 3. Pilotage et optimisation de la prospection

- Planification des actions : Organiser les actions (quotidiennes, hebdomadaires, mensuelles, trimestrielles)
- Analyse et hiérarchisation : Prioriser les cibles, étudier le pipeline, analyser les résultats et rechercher de nouvelles sources de prospection

### 4. Exploitation des réseaux et prise de rendez-vous

- Développement des réseaux : Calculer le capital social et mettre en place un plan d'actions
- Règles d'or et recommandations : Utiliser les meilleures pratiques pour obtenir des recommandations
- Prise de rendez-vous : Préparer et réussir les appels téléphoniques (organisation, script, objections)

# Vente comportementale : adapter sa communication aux profils des clients



**Adapter vos approches de vente pour maximiser confiance et décision, réduire les frictions relationnelles, et augmenter votre taux de conversion, même avec les clients difficiles.**



## Objectifs

- Identifier les 4 profils comportementaux majeurs de clients et leur impact sur la relation
- Adapter sa communication, ses étapes de vente et son discours selon le profil comportemental
- Faciliter la prise de décision, même pour les clients difficiles
- Développer adaptabilité, empathie, et capacité à gérer les comportements défensifs et les dynamiques relationnelles complexes

12 heures

## Programme

### 1. Fondamentaux comportementaux

- Théories des styles comportementaux (DISC et autres typologies)
- Rapports au temps, aux autres, modes de décision, besoins fondamentaux
- Communication verbale / non-verbale / signaux défensifs

### 2. Diagnostic et auto-connaissance

- Identifier son propre profil comportemental
- Analyse de ses points forts / zones de vigilance
- Étude de cas réels tirés des participants

### 3. Interaction avec les différents profils

- Impact sur la relation client : obstacles, malentendus, attentes implicites
- Repérer les profils difficiles et savoir les aborder
- Gérer les comportements défensifs selon profil



## Public concerné

Toute personne amenée à vendre et dont le niveau a été validé par le diagnostic préalable au parcours



## Pré-requis

Maîtrise de l'entretien de vente



## Modalités d'évaluation

Mises en situation pratique

### 4. Adaptation de la vente étape par étape

- Bris de glace, découverte, argumentation, objections, et conclusion, adaptés aux profils
- Styles de questionnement adaptés
- Ajustement du discours (factuel, relationnel, rapide, détaillé)

### 5. Techniques avancées & émotionnelles

- Intelligence émotionnelle : reconnaissance, régulation, empathie
- Métacommunication et feed-back
- Valeurs et croyances dans les interactions
- Persuasion éthique

# Négociation commerciale : défendre ses marges et conclure des accords durables



**Structurer vos négociations avec rigueur, défendre vos marges, déjouer les tactiques d'achat agressives, et garantir des accords équilibrés et durables.**



## Objectifs

- Défendre ses marges et valeur ajoutée tout au long de la vente
- Préparer sa négociation de façon structurée et en confiance
- Identifier et neutraliser les stratégies des acheteurs
- Obtenir des accords équilibrés et profitables aux deux parties



## Public concerné

Toute personne amenée à vendre et dont le niveau a été validé par le diagnostic préalable au parcours



## Pré-requis

Maîtrise de l'entretien de vente



## Modalités d'évaluation

Mises en situation pratique

12 heures

## Programme

### 1. Enjeux et fondements de la négociation

- Pourquoi négocier : enjeux internes, externes
- Différencier négociation win/lose vs win/win
- Composantes psychologiques : confiance, rapport de force

### 2. Préparation stratégique

- Collecte d'informations : client, marché, concurrents
- Analyse SWOT appliquée
- Définition des objectifs : exigence, objectif, seuil de rupture, BATNA
- Identifier et prioriser les éléments négociables

### 3. Zone de négociation & concessions

- Définir la zone d'accord possible (ZAP)
- Mécanismes de concession et contreparties
- Méthode MESORE
- Les 5 règles d'or de la négociation

### 4. Stratégies de pouvoir & psychologie de l'acheteur

- Les 7 curseurs du pouvoir
- Postures d'acheteurs : agressif, collaboratif, manipulateur, attentiste
- Techniques de persuasion, influence éthique
- Gérer ses émotions, rester assertif
- Déjouer les tactiques d'acheteurs : ultimatum, Columbo, menaces, dévalorisation

### 5. Négociation avancée

- Intelligence émotionnelle : reconnaissance, régulation, empathie
- Contextes complexes : multi-parties, virtuel, renouvellement, SAV
- Scénarios non standard : prix, délais, services, exclusivité
- Outils de décision : options multiples, bundle, alternatives