



FORMATION « VENDRE » - À DISTANCE

entraînement à la posture et la négociation commerciale

Version du 12.04.25

01 | INTRODUCTION

Vendre est un exercice particulier qui demande *méthode, pratique et entraînement*. Activité centrale d'une activité indépendante, elle est trop souvent mise de côté ou négligée. Rares sont celles et ceux qui acceptent de se confronter à cet exercice impliquant et déstabilisant. Encore plus rares sont celles et ceux qui comprennent qu'il est indispensable de se former : Bien vendre n'est pas une question de talent inné, de personnalité ou de caractère ; il s'agit de méthodes, de techniques et de savoir-faire que l'on développe par l'apprentissage.

apprendre à vendre

Bien vendre nécessite de comprendre ce qui se joue dans la relation commerciale, de préparer chaque étape et de s'entraîner à trouver son style et sa voie. *Aucune improvisation*. Grâce à cette formation *à distance* vous identifierez chaque étape de la vente, vous développerez vos qualités d'écoute, vous maîtriserez votre argumentaire commercial et serez capable de mettre en place un plan d'action de développement commercial précis. En bref, une formation complète pour les indépendants et indépendantes courageuses qui veulent vivre mieux en vendant mieux.

02 | POINTS CLES DE LA FORMATION

- Formation concrète et opérationnelle
- Travail sur-mesure sur son argumentaire et sa posture commerciale
- Interactivité maximale
- Ateliers dynamiques et conviviaux
- Mutualisation et échanges de pratiques
- Approche méthodique et technique (travail spécifique à chaque étape de la vente)

03 | PUBLIC CONCERNÉ

- Travailleurs indépendants
- Entrepreneures-salariées
- Porteurs de projets
- Artisans
- Auto-entrepreneures



04 | ACCESSIBILITE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Il appartient à l'apprenant notamment lors de l'étude préalable d'informer l'organisme de formation d'un éventuel besoin d'adaptation matériel ou/et pédagogique lié à une situation de handicap ou autre situation. Dès lors, l'apprenant sera mis en relation avec le référent handicap de l'organisme de formation en vue de répondre aux besoins spécifiques liés à la situation de handicap du stagiaire ou de la stagiaire ou d'orienter le/la stagiaire vers des partenaires (Agefiph, Fiphfp, associations dédiées..) afin de trouver mutuellement des solutions.

Pour rendre accessible la formation, des aménagements spécifiques pourront être étudiés tels que la mise en place d'outils, de rythmes, ou de modalités particulières adaptées au handicap exprimé.

05 | OBJECTIFS

Cette formation a pour objectif de :

- Maîtriser les principales techniques et les principaux outils du développement commercial
- Permettre au participant d'adopter une méthode précise de prospection commerciale

À la fin de la formation, le participant ou le/la participant(e) sera capable de :

- Présenter les avantages de son produit vis-à-vis d'un prospect
- Identifier les besoins de ses clients
- Mettre en place un plan de développement commercial cohérent
- Mener un entretien commercial de manière structurée et efficace

06 | PRÉ-REQUIS ET NIVEAU DEMANDÉ

- Pas de niveau préalable demandé. Une expérience déjà réalisée dans le domaine commercial est un plus.
- Disposer d'un ordinateur relié à une webcam et d'un débit Internet suffisant pour permettre une visioconférence.
- Un questionnaire ou un entretien téléphonique préalable avec le formateur, expert dans le domaine du développement commercial sera réalisé afin de valider l'adéquation entre le contenu de la formation et les objectifs professionnels du candidat.

07 | LA METHODE PEDAGOGIQUE

- Cette formation propose une alternance entre présentations théoriques, discussions, retour d'expériences et exercices pratiques.

- Au cours du temps de formation synchrone, les participants discutent et réfléchissent sur un élément de son développement commercial (fixation du prix, proposition de valeurs, client - type, marché, promotion...)
- Au cours du temps de formation asynchrone, les participants formalisent leurs plans de développement commercial à partir d'outils spécifiques en libre accès sur la plateforme Klaxoon®
- Remise d'un livret pédagogique synthétisant les bonnes méthodes pour développer ses compétences commerciales.
-

Accompagnement individuel et personnalisé.

- Cas pratiques réalisés pendant la formation, avec le formateur qui accompagne les apprenants pendant l'exécution du cas et adapte son discours en fonction des difficultés rencontrées.
- Formation individualisée suite à l'analyse de l'étude préalable.

08 | MODALITES D'EVALUATION

- Quizz en milieu et fin de parcours
- Évaluations à chaud et à froid

08 | INFORMATIONS SUR LA SESSION DE FORMATION

Lieu : Formation À Distance

Durée : 18 h de formation en distanciel (6 x 3h)

Dates : cf. convention de formation

Dates limites d'inscription : 11 jours avant le démarrage de la formation

Horaires : 9h00-12h00

Nombre de stagiaires : minimum 5 et maximum 12 personnes

Attestation d'assiduité remise en fin de formation

09 | COÛT DE LA FORMATION

Le coût total de la formation, objet de la présente convention, s'élève à 1200 € net (TVA non applicable art. 261-4-4 du CGI) et se décompose de la façon suivante :

Frais pédagogiques : 1200 € net

Frais annexes : 0€

Ce tarif prend en compte :

- L'animation de la formation
- La remise d'un livret pédagogique format papier
- La mise à disposition d'un espace de travail Klaxoon

Possibilité de prise en charge par votre OPCO (nous contacter)

10 | PRÉSENTATION DE L'INTERVENANT

FRÉDÉRIC CHAPUIS

Formateur, expert en développement professionnel et en bien-être au travail, Master en communication marketing et en stratégie, coach certifié appreciative Inquiry et psychologie positive

contact : frederic@lcjdc.com

téléphone : 06 80 73 59 22

11 | PROGRAMME DÉTAILLÉ

Session 1 : LES FONDAMENTAUX DE LA VENTE

- Les techniques de vente
- Retour d'expérience : mes premiers entretiens commerciaux
- Atelier pratique : se mettre à la place de son client (à la recherche du besoin ignoré)
- Présentation de l'outil de e-learning : découverte de l'outil Klaxoon® via un test de personnalité

Session 2 : LA PROPOSITION DE VALEUR

- Quizz de validation des acquis théoriques
- Recherche de sa proposition de valeur
- Atelier pratique : lister les avantages et inconvénients de son produit pour ses clients
- E-learning : compléter le *Value Proposition Canva*

Session 3 : IDENTIFIER ET RENCONTRER SES CLIENTS

- Apport théorique : pour et par le client
- Discussion structurée : quels sont les attentes de mes clients
- Où les trouver ?
- Quand et comment rentrer en contact ?
- E-learning : compléter l'outil *persona*

Session 4 : FIXER ET DEFENDRE SON PRIX

- Apport théorique : Qu'est-ce que le bon prix ? fixation du prix et équilibre économique
- Réalisation d'un benchmark (recherche et suivi de la concurrence)
- E-learning : réaliser son étude de marché et son business plan
- Identification des séquences de négociation
- Formaliser son plan de développement commercial
- Utiliser un Customer Relationship Manager

Session 5 : PRÉPARER SON PLAN DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

- Apport théorique : l'importance du plan de développement commercial
- Découverte des outils d'aide au développement commercial
- Fixation des indicateurs de réussite
- E-learning : formaliser son plan de développement commercial

Session 6 : PROSPECTION ET ENTRETIEN COMMERCIAL

- Apport théorique : les éléments clés de l'entrée commercial
- Mises en situation
- E-learning : établir son tableau de prospection et mettre en place les routines commerciales