FORMATION « VENDRE »

entraînement à la posture et la négociation commerciale

Version du 12.04.25

01 I 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 vous identifierez chaque étape de la vente, vous développerez vos qualités d'écoute, vous maitriserez 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 I POINTS CLES DE LA FORMATION

- Formation concrète et opérationnelle
- Travail sur-mesure sur son argumentaire et sa posture commerciale
- Mises en situation concrètes et interactives = 80% du module
- Atelier dynamique et convivial
- Mutualisation et échanges de pratiques
- Utilisation de la vidéo
- Approche méthodique et technique (travail spécifique à chaque étape de la vente)

---

03 I PUBLIC CONCERNÉ

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

---

04 I 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 I OBJECTIFS

Cette formation a pour objectif de :

- Maitriser 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 I PRÉ-REQUIS ET NIVEAU DEMANDÉ

- Pas de niveau préalable demandé. Une expérience déjà réalisée dans le domaine commercial est un plus.
- 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 I LA METHODE PEDAGOGIQUE

- Alternance entre présentations d'éléments théoriques, discussions, retours d'expériences et exercices pratiques.
- Nombreuses mises en situation filmées
- 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 l'apprenant pendant l'exécution du cas pratique, et adapte son discours en fonction des difficultés rencontrées.
- Formation individualisée suite à l'analyse de l'étude préalable et l'entretien de vente.

---

08 I MODALITES D'EVALUATION

- Quizz en milieu et fin de parcours
- Évaluations à chaud et à froid
- Mises en situation filmées et commentées

---

08 I INFORMATIONS SUR LA SESSION DE FORMATION

Lieu : METZ
Durée : 22,5 h de formation en présentiel (3 x 7,5h)
Dates : 18-19 et 27 juin 2025
Horaires : 9h00-12h30 et 13h30-17h30
Nombre de stagiaires : minimum 5 et maximum 12 personnes
Attestation d'assiduité remise en fin de formation

---

09 I COÛT DE LA FORMATION

Le coût total de la formation, objet de la présente convention, s'élève à 1500 € net (TVA non applicable art. 261-4-4 du CGI) et se décompose de la façon suivante :
Frais pédagogiques : 1500 € net
Frais annexes : 0€
Ce tarif prend en compte :

- La mise à disposition de la salle (avec boissons chaudes à disposition)
- L'animation de la formation
- La remise d'un livret pédagogique format papier
- La remise des vidéos de mise en situation

Ce tarif ne prend pas en compte :

- Les frais de déplacements et d'hébergement éventuels
- Les frais de restauration

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

---

10 I PRÉSENTATION DE L'INTERVENANT

FRÉDÉRIC CHAPUIS
Formateur, expert en développement professionnel et en bien-être au travail, Master en communication marketing et en stratégie, certifié appreciative Inquiry et psychologie positive
Contact : frederic@lcjdc.com
Téléphone : 06 80 73 59 22

11 I PROGRAMME DETAILLÉ

JOURNEE 1

Matin

Présentation de l'intervenant, déroulement et objectifs de la formation, distribution des supports
Inclusion : « comment je me sens lorsque je suis en posture commerciale »
Travail autour de son argumentaire commercial via une présentation croisée des participants

Apport théorique : fondamentaux de la posture commerciale
Mise en situation #1 : la prise de rendez-vous
Poursuite des mises en situation en sous groupe
Débriefing collectif

Après-midi

Préparation préalable et gestion d'un fichier client.
Importance de la préparation, La réalisation d'une fiche client, réalisation d'une fichier de suivi client
Mise en situation #2 : premiers pas, premières paroles, premiers gestes suivi de la découverte du client.
Définition du ou des objectifs de l'entretien, qui voir, quand, où, comment, pour quoi ? ; préparation des questions de Découverte/ recherche du besoin : Importance de la phase de la découverte du client pendant l'entretien commercial .

Mise en situation #3 : développer son argumentaire
Formalisation de son argumentaire commercial (par groupe de deux)
Débriefing de fin de journée

JOURNEE 2

Matin

Mise en route : « météo du jour » > ce que j'ai retenu de la veille, mes souhaits et besoins pour aujourd'hui
Mise en situation #4 : la réponse aux objections
Liste des objections possibles + formalisation des réponses aux objections

Mise en situation #5 : défendre son prix
Définition de son prix, de sa légitimité, de la marge de négociation éventuelle
Débriefing collectif

Après-midi

Mise en situation #6 : conclure la vente et prendre congé
débriefing collectif

Mise en situation générale : retour sur les points qui nécessitent un approfondissement
Mises en situation de la totalité d'une négociation commerciale de la prise de rendez-vous jusqu'à la prise de congé

Atelier formalisation du plan d'action commerciale des prochaines semaines (avant la J-3)

Bilan de fin de formation + évaluation intermédiaire

JOURNEE 3

Matin

Reprise de contact
Retour sur la mise en place du plan d'action commerciale
Apports théoriques et pratiques du formateur en fonction des questions et des difficultés rencontrées. En fonction des demandes, la journée de formation sera adpatée et pourra traiter des sujets suivants :

- Rappel sur les persona
- Rappel sur le business model canva
- Rappel sur la proposition de valeur
- Mises en situation
- Identification des séquences de négociation
- Formaliser son plan de développement commercial
- Utiliser un Customer Relationship Manager

Après-midi

Mise en place d'ateliers de co-développement supervisés par le formateur

Bilan de fin de formation + évaluation de fin de stage