



Formations

Developpement des compétences en
vente et relation





Programme de formation

Marketing digital appliqué à la vente

Modalités d'admission et de déroulement :

Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail, par téléphone. Votre demande d'inscription sera traitée dans un délai de deux jours ouvrés. Toute commande de formation doit faire l'objet d'une confirmation écrite et suppose que le client accepte le contenu du stage et les prérequis, dont il s'engage à avoir eu connaissance. La formation ne pourra débuter qu'au moins après les 10 jours calendaires suivant la réception du bon de commande.

Lieu de la formation

La formation se déroulera en présentiel au 26 Avenue Jean Kuntzmann, 38330 Montbonnot-Saint-Martin, sous la supervision du formateur.

Accessibilité pour les personnes en situation de handicap :

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Le référent en la matière se tient à votre écoute pour évaluer puis préciser votre projet de formation et anticiper les éventuels aménagements à réaliser pour vous accueillir.

Contact : contact@revelence.fr

Téléphone : +33 6 03 28 88 57

Durée :

La formation dure 21 heures.

Délai d'accès :

Le délai d'accès à la formation est de 10 à 20 jours.

**Public concerné :**

Pour les commerciaux, vendeurs, technico-commerciaux, conseillers clientèle, téléconseillers, chargés de relation client, collaborateurs en front office ou toute personne souhaitant renforcer son efficacité commerciale et relationnelle.

Prérequis d'accès à la formation :

Aucun prérequis.

Tarif :

1 400€ TTC

Objectifs pédagogiques :

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

- Identifier les besoins et motivations d'achat des clients
- Appliquer les techniques de vente adaptées à différents profils clients
- Structurer un argumentaire commercial convaincant
- Traiter les objections avec assertivité
- Conclure une vente de manière efficace et éthique
- Développer une posture relationnelle orientée client
- Instaurer une relation de confiance durable avec les clients
- Gérer les situations de tension ou d'insatisfaction client

Méthodes pédagogiques mobilisées :

Suivant la nature de la séquence abordée, les méthodes suivantes seront mobilisées :

- Présentiel interactif : Formation en salle avec aménagement favorisant les interactions et travaux de groupe
- Supports multimédia : Utilisation de vidéos, présentations dynamiques et outils digitaux pour illustrer les concepts
- Documentation personnalisée : Remise d'un livret pédagogique complet et d'outils pratiques adaptés au contexte des participants
- Accompagnement individualisé : Mises en situation personnalisées avec feedbacks individualisés
- Évaluations formatives : Jeux de rôle, quiz, grilles d'auto-positionnement et exercices pratiques



Programme détaillé :

JOUR 1 – Comprendre le client et structurer sa démarche de vente

08h00 - 08h30 : Accueil & introduction à la formation

- Présentation des objectifs, du programme et des modalités
- Tour de table et attentes des participants
- Positionnement initial : auto-évaluation des pratiques commerciales

08h30 - 10h00 : Cerner les besoins et motivations des clients

- Identifier les besoins explicites et implicites
- Repérer les motivations d'achat (SONCAS)
- Mener un questionnement efficace (technique de l'entonnoir)

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Les étapes d'un entretien de vente structuré

- Préparer son entretien : objectifs, supports, posture
- Suivre un processus de vente en 6 étapes
- Adapter sa communication selon le type de client

12h00 - 13h30 : Pause déjeuner

13h30 - 15h00 : Les fondamentaux de la relation client

- Posture relationnelle : écoute active, empathie, reformulation
- Construire une relation de confiance
- Utiliser les bons canaux de communication (physique, téléphone, e-mail)

15h00 - 15h15 : Pause

15h15 - 17h00 : Jeux de rôle – Découverte des besoins clients

- Mise en situation en binôme
- Observation croisée et retours collectifs
- Débriefing et axes d'amélioration



JOUR 2 – Argumenter, convaincre, traiter les objections

08h00 - 08h30 : Synthèse jour 1 et introduction jour 2

- Retour sur les acquis
- Partage des mises en application éventuelles
- Objectifs de la journée

08h30 - 10h00 : Construire un argumentaire commercial efficace

- Identifier les caractéristiques / avantages / bénéfices (CAB)
- S'appuyer sur les preuves et données concrètes
- Adapter son discours au profil client

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Traiter les objections avec aisance

- Comprendre l'origine des objections
- Répondre avec des techniques adaptées (méthode CRAC, sandwich, etc.)
- Préparer des parades aux objections récurrentes

12h00 - 13h30 : Pause déjeuner

13h30 - 15h00 : Conclure la vente avec efficacité

- Savoir détecter les signaux d'achat
- Proposer une conclusion engageante et rassurante
- Anticiper la suite (relance, fidélisation)
-

15h00 - 15h15 : Pause

15h15 - 17h00 : Mises en situation – Argumentation et conclusion

- Entraînement à l'argumentation et à la conclusion
- Jeux de rôle filmés ou en observation
- Feedback individuel et collectif



Méthode d'évaluation :

Évaluation finale sous forme de mise en situation commerciale complète, où chaque participant conduit un entretien de vente du début à la fin, incluant la découverte, l'argumentation, le traitement des objections et la conclusion. Un débriefing individualisé est réalisé avec le formateur. Une grille d'évaluation est remise à chaque participant.



Sasu au capital social de 1000 €
SIRET : 9915839150001 R.C.S. Chambéry
2 avenue du petit port
73100 Aix-Les-Bains
Directeur de publication : Frédéric Camps