Mise à jour janvier 2026

TECHNIQUES DE VENTE

Public Visé • Toute personne souhaitant entreprendreune **carrière commerciale** • Employés d'un serviceadministratif • Vendeurs sédentaires • Techniciens (La formation est accessible aux personnes en situation de handicap).	**Horaires en formation** Journée de 7 heures • Matin : De 09h30 à13h00 • Après-midi : de 14h00 à17h30	**Forma Code** • 34588
Modalités de formation • Formations inter et intraentreprise	**Formateur** • Formateur en techniques de vente	**Type de formation** • Collectif
Prérequis • Test de positionnement	**Durée** • Sur devis Un entretien individuel préalable pour évaluer leniveau de qualification	**Tarifs horaires** • Sur devis **Délais d'accès** • 72 heures à compter de la date de validation d'inscription
Modalité de suivi et de l'exécution de la formation : • Feuille d'émargement et questionnaire à chaud de la formation • Evaluation finale : QCM • Attestation de formation		**Statistiques 2025** • Taux d'abondons : 0% • Taux de satisfaction : 100%

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Notre méthode pédagogique est interactive et participative.
- Basée sur des exemples concrets et des expériences professionnelles de nos formateurs.
- Ces derniers mettront à votre disposition leur expertise, leur expérience et répondront au mieux auxdifférentes problématiques auxquelles vous pourrez être confronté.

MÉTHODES PEDAGOGIQUES

- Apports théoriques et pratiques
- Réflexions de groupe guidées par l'animateur
- Support de cours formation techniques de vente

Mise à jour janvier 2026

PROGRAMME

OBJECTIFS

- Acquérir la notion de culture commerciale en développant son efficacité commerciale de lapréparation à la conclusion
- Connaître et adopter les bonnes postures lors de ses rendez-vous commerciaux : travailler sacommunication commerciale
- Procéder, avec méthode, au déroulement de son entretien de vente
- Développer son leadership relationnel en face à face, renforcer sa force de persuasion enclientèle

CONTENU DE LA FORMATION

1- Retour sur les notions de la vente en B to B et de la relation commerciale

- Identifier les compétences indispensables pour être un bon vendeur
- **Qu'est-ce que la vente ?** (Produits, services, etc.)
- **Qu'est-ce que la relation client ?** Comprendre le principe de la relation commerciale, en quoi monattitude peut-elle favoriser une vente ?
- Quelles sont les étapes de la vente en BtoB ? Quelles différences avec le BtoC ?

2- Assurer la préparation d'un entretien commercial ou d'une visite client avec méthode

- Cerner les enjeux d'un rendez-vous clientèle réussi
- Savoir définir des objectifs qualitatifs et quantitatifs ambitieux et réalistes (Présentation ou validationde closing)
- Collecter les informations sur l'entreprise et son interlocuteur (historique, chiffres, enjeux, etc.)
- Préparer son mental et son apparence, travailler sa communication (Image et Dress-Code)

3- Appréhender les savoir-faire et savoir-être du commercial d'aujourd'hui : travailler sacommunication

- Contrôler ses attitudes (l'importance du non verbal), parler positivement (le verbal) :La communication orale et non verbale
- Réussir son premier contact : Savoir créer un climat de confiance et d'empathie dès les premièressecondes
- Retour sur la communication non verbale : l'image que je renvoie

- Comment travailler sa synchronisation verbale et non verbal, un pas vers le succès ?
- Comprendre ce qu'est le sens du service pour assurer une relation sereine ?

4- Appréhender les 7 étapes de la vente ou comment conduire un entretien de vente efficace en BtoB

- Les premières minutes : savoir se présenter à l'accueil, patienter et observer => pourquoi ?
- La prise de contact : Créer un espace d'échange propice à la vente lors des premières minutes
  - Se synchroniser et s'adapter avec son interlocuteur avec efficacité selon la situation
  - Alterner position haute et position basse pour bien communiquer
- Conduire et maîtriser l'entretien de vente
  - Introduire l'entretien : se présenter, présenter les objectifs, le déroulé et la durée de l'échange
  - Présenter de façon attractive son entreprise et son offre au format « pitch elevator
  - Maîtriser les techniques permettant d'assurer la découverte client avec efficacité (Rappel surle trio : écoute / questionnement / reformulation)
- Travailler son argumentation commerciale et répondre aux objections courantes
  - Déterminer le profil de vos clients et adapter son argumentaire (Retour sur le SONCAS pourmieux comprendre le fonctionnement de ses clients)
  - Découvrir les besoins du client avec méthode : les besoins fonctionnels et émotionnels
  - Retour sur le questionnement : Oser questionner pour bien comprendre les attentes
  - Faire une offre argumentée, présenter son produit, rassurer son client sur la qualité (Lesgrands principes de l'argumentation ou de la présentation.
  - Connaître les différents types d'objections pour traiter les objections avec méthode etefficacité
  - Identifier les techniques de réfutation des objections, travailler les objections les pluscourantes
  - Savoir repérer les freins à l'achat et les signaux d'achat
- Conclure et prendre congé : connaître les bonnes pratiques
  - Réaliser une conclusion ou un ***closing commercial*** avec méthode
  - Prendre congé en assurant un contact positif, engager un suivi avec son interlocuteur

Training vidéo sur les techniques de vente et les techniques commerciales

- Mise en situation virtuelle à partir de jeux de rôles proposés par l'animateur et/ou à partir du quotidiendes participants
- Les entretiens vidéo sont enregistrés, analysés puis commentés par les participants et le consultant