

Commercial — Étapes de Vente & Argumentaire

Structurer l'entretien de vente et construire un argumentaire commercial efficace

7 h 1 jour × 7 h	Intra Présentiel	6 participants max.	1 000 € HT par groupe
----------------------------	----------------------------	-------------------------------	---------------------------------

Finalité de la formation

À l'issue de la formation, le participant sera capable de conduire les principales étapes d'un entretien de vente, d'identifier les besoins et facteurs d'achat du prospect, de construire un argumentaire adapté, de traiter les objections avec méthode et de conclure la vente.

Public, prérequis et conditions techniques

Public visé	Cadres, commerciaux, technico-commerciaux, responsables de clientèle, acheteurs et toute personne amenée à présenter et vendre une offre, un produit ou un service.
Prérequis	Aucun prérequis spécifique. Une connaissance des produits, services ou offres de l'entreprise facilite la construction d'un argumentaire directement applicable.
Équipement	Salle adaptée aux échanges et jeux de rôles ; vidéoprojecteur ou écran. La documentation commerciale et technique des produits ou services de l'entreprise peut être utilisée pendant les exercices.

Objectifs opérationnels

- Différencier une vente centrée sur le produit d'une vente centrée sur le besoin du client.
- Préparer et conduire les principales étapes d'un entretien de vente.
- Créer les conditions favorables au premier contact et présenter efficacement son entreprise.
- Identifier les facteurs d'achat et utiliser les bonnes questions pour découvrir les besoins du prospect.
- Construire un argumentaire commercial à partir des besoins identifiés et de la documentation technique disponible.
- Présenter un produit ou une offre en reliant caractéristiques, avantages et bénéfices pour le client.
- Traiter les objections avec méthode et conclure la vente de manière adaptée.

Positionnement et adaptation

Avant l'entrée en formation, un questionnaire et un échange avec le formateur permettent d'identifier le niveau initial, les attentes, le contexte commercial, les produits ou services concernés et les éventuels besoins d'adaptation. Les mises en situation et argumentaires sont personnalisés à partir de situations de vente réelles lorsque cela est possible.

Programme détaillé

Jour 1 — Conduire les étapes de la vente et construire son argumentaire

Séquence	Contenus et activités
1. Vente produit / vente besoin	Comprendre les différences entre une approche centrée sur le produit et une approche centrée sur les besoins du client ; adapter sa posture commerciale.
2. Premier contact	Préparer la prise de contact ; s'imposer positivement auprès d'un prospect ; créer une ambiance propice à l'échange.
3. Premier argumentaire	Présenter son entreprise de manière claire et pertinente ; construire les premiers éléments de crédibilité et d'intérêt pour le prospect.
4. Découverte des besoins	Reconnaître les facteurs d'achat ; utiliser les bonnes questions ; écouter et reformuler afin d'identifier les attentes et motivations.
5. Deuxième argumentaire	Construire un argumentaire adapté aux besoins identifiés ; exploiter la documentation technique des produits ou services.
6. Présentation du produit ou de l'offre	Présenter les caractéristiques utiles, les avantages et les bénéfices en lien avec les attentes du client.
7. Traitement des objections	Identifier la nature des objections ; les accueillir, les analyser et y répondre avec méthode sans rompre la dynamique de l'entretien.
8. Conclusion de la vente	Repérer les signaux favorables ; proposer la conclusion et sécuriser les engagements ou prochaines étapes.
Mise en situation finale	Jeu de rôle : conduire un entretien commercial complet, du premier contact à la conclusion, puis analyser la pratique et formaliser les axes de progrès.

Méthodes et moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques.
- Cas issus de l'entreprise, mises en situation et jeux de rôles commerciaux.
- Études de cas et exercices de construction d'argumentaire à partir de la documentation commerciale et technique.
- Support de formation et ressources utiles remis aux participants ; accompagnement par un formateur consultant expérimenté.

Suivi et évaluation des acquis

Avant	Questionnaire de positionnement et recueil des attentes.
Pendant	Questions, exercices, jeux de rôles et entraînements aux différentes étapes de l'entretien de vente avec observation et feedback du formateur.
Fin	Mise en situation : conduire un entretien de vente et construire un argumentaire adapté ; questionnaire de vérification des connaissances adapté au contenu de la formation.
Après	Évaluation de satisfaction à chaud et bilan avec le commanditaire, le cas échéant.

Validation et reconnaissance

Une attestation individuelle de fin de formation mentionnant les objectifs, la nature et la durée de l'action est remise au participant. Cette formation est non certifiante : elle ne délivre ni diplôme, ni titre, ni bloc de compétences, ni équivalence, passerelle ou droit automatique à une poursuite d'études.

Modalités d'accès, financement et handicap

Accès — Demande auprès de N4C, analyse du besoin, proposition puis convention ou contrat. Réponse sous 48 heures ouvrées ; démarrage indicatif sous 60 jours ouvrés après accord, selon disponibilités.

Financement — Financement direct par l'entreprise ou le bénéficiaire. Une prise en charge par un OPCO peut être sollicitée selon ses règles et sous réserve de son accord préalable. La formation n'est pas annoncée comme éligible au CPF.

Handicap — N4C étudie en amont les besoins d'aménagement pédagogique, matériel, organisationnel ou de rythme et, si nécessaire, recherche une solution avec des partenaires spécialisés. Contact : td@n4c.fr – 06 76 39 70 31.

Transparence des résultats — les indicateurs de résultats disponibles et leurs modalités de calcul sont communiqués dans les informations publiques de N4C. Ils sont actualisés à partir des formations effectivement réalisées.
