

Le Commerce pour les Non-Commerciaux

Développer les réflexes commerciaux de tout personnel en contact avec la clientèle

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 d'adopter une posture commerciale adaptée dans ses contacts avec les clients, d'écouter et de détecter les besoins, de capter les informations commerciales utiles, de renforcer son pouvoir de conviction et de contribuer efficacement à la stratégie commerciale de l'entreprise.

Public, prérequis et conditions techniques

Public visé	Tout personnel en contact avec la clientèle, sans exercer nécessairement une fonction commerciale : accueil, administration des ventes, technique, logistique, SAV, production, fonctions support ou encadrement.
Prérequis	Aucun prérequis commercial spécifique. Une connaissance de l'activité, des produits ou services de l'entreprise facilite la mise en pratique.
Équipement	Salle adaptée aux échanges et mises en situation ; vidéoprojecteur ou écran. Des cas, documents ou situations clients de l'entreprise peuvent être utilisés pendant les exercices.

Objectifs opérationnels

- Comprendre le rôle commercial de toute personne en contact avec un client et sa contribution à la stratégie de l'entreprise.
- Identifier les composantes de la communication verbale, non verbale et visuelle dans la relation client.
- Prendre en compte la proxémie et adapter son comportement à la situation d'échange.
- Mobiliser quelques repères d'analyse transactionnelle pour mieux comprendre les interactions.
- Développer l'écoute du client, découvrir ses besoins et capter les informations commerciales clés.
- Comprendre les principales techniques et scénarios de négociation.
- Adapter son comportement aux différents profils de négociateurs et gérer les situations difficiles.
- Distinguer faits, opinions et sentiments afin de renforcer la qualité de l'expression et le pouvoir de conviction.

Positionnement et adaptation

Avant l'entrée en formation, un questionnaire et un échange avec le formateur permettent d'identifier le niveau initial, les attentes, les situations de contact clientèle rencontrées et les éventuels besoins d'adaptation. Les cas et mises en situation sont personnalisés à partir du contexte de l'entreprise dans le respect des objectifs annoncés.

Programme détaillé

Jour 1 — Adopter les réflexes commerciaux dans la relation client

Séquence	Contenus et activités
1. Le rôle commercial des non-commerciaux	Comprendre comment chaque contact client contribue à l'image, à la satisfaction et à la stratégie commerciale de l'entreprise ; identifier les informations à repérer et à transmettre.
2. Communication verbale et non verbale	Identifier l'impact des mots, du ton, des attitudes et des signaux visuels ; rechercher la cohérence entre message et comportement.
3. Proxémie et relation client	Comprendre l'influence de la distance et de l'espace dans la communication ; adapter sa posture au contexte et à l'interlocuteur.
4. Communication et analyse transactionnelle	Découvrir des repères simples pour analyser les échanges, comprendre certaines réactions et ajuster sa communication.
5. Écoute et découverte des besoins	Être à l'écoute de la clientèle ; questionner, reformuler et identifier les besoins explicites ou implicites ; capter les informations commerciales clés.
6. Techniques de négociation	Comprendre les principes de base d'une négociation ; identifier les différents scénarios possibles et préparer son comportement.
7. Profils et comportements du négociateur	Repérer différents profils de négociateurs ; adapter son attitude et son mode de communication.
8. Situations difficiles	Analyser une situation tendue ou complexe ; distinguer faits, opinions et sentiments ; rechercher une expression adaptée et une issue constructive.
Mise en situation finale	À partir d'un cas de l'entreprise, conduire un échange client, identifier le besoin et les informations utiles, adapter sa communication et proposer la suite commerciale appropriée.

Méthodes et moyens pédagogiques

- Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques.
- Études de cas, grilles et matrices d'analyse et mises en situation à partir de situations de l'entreprise.
- Exercices de communication, d'écoute et de négociation permettant de développer des réflexes directement transposables.
- 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, études de cas et mises en situation de communication ou de négociation avec observation et feedback du formateur.
Fin	Mise en situation : conduire un échange client en mobilisant les réflexes commerciaux étudiés ; 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.
