



ACCÉLÉRER SES VENTES

À DISTANCE – PROSPECTER, CONVAINCRE & NÉGOCIER AVEC PERFORMANCE

La récente crise sanitaire a profondément **transformé la manière de conduire des ventes, notamment en B2B**. Prendre un rendez-vous avec un prospect, développer un argumentaire, faire la démonstration d'un outil ou d'une solution ou détecter des signaux faibles, etc. sont autant d'étapes du **processus de vente à repenser, dans le cadre d'une vente à distance** (ou remote selling). L'outil de visioconférence a pris un rôle central dans les pratiques commerciales et continue de jouer un rôle important, y compris dans le contexte de reprise de l'activité présentiel.

Cette formation d'une journée vise à transmettre les outils, pratiques et postures incontournables pour **mener une démarche commerciale complète à distance, autour du canal vidéo**. Elle permet également aux participants d'**imaginer de nouveaux process commerciaux hybride pour capitaliser sur le meilleur du présentiel et du distanciel afin de réaliser ses ventes**.

✔ Objectifs

Préparer et animer
un rendez-vous
client en
visioconférence

Conduire une
discussion
commerciale à
distance avec un
prospect

Négocier et
conclure une
affaire à distance
pour transformer le
prospect en client

Incarner une
posture
commerciale
adaptée à la vente à
distance

Publics cibles

Ce parcours, orienté B2B, s'adresse **à toute personne impliquée dans le processus de vente de son organisation** et qui souhaite améliorer ses pratiques de vente à distance.



Pré-requis

- > Expérience professionnelle d'au moins 2 ans dans le domaine commercial
- > Utilisation professionnelle régulière des outils numériques

NB : chaque participant devra venir en formation avec son propre ordinateur portable



Programme

La formation insistant sur une pédagogie participative est proposée en présentiel, dure 7 heures et est déployée sur deux demi-journées consécutives (9h30 – 13h00 / 14h – 17h30)

Théorie x Cas pratiques x Modalités d'évaluation

1. S'engager dans un processus de vente à distance :

- > Comprendre les différences entre vente en présentiel et vente à distance
- > Identifier les avantages et les limites de la vente à distance
- > Appréhender les concepts de "vente conversationnelle" et de "social selling"
- > Identifier les outils de la vente à distance

2. Prospecter à distance :

- > Utiliser les réseaux sociaux professionnels pour générer des leads
- > Prendre un rendez-vous à distance avec un prospect
- > Utiliser les outils digitaux pour qualifier un prospect avant de le rencontrer
- > Préparer et animer un webinar de prospection commerciale

3. Maîtriser l'outil de visioconférence pour conduire ses entretiens commerciaux :

- > Choisir le bon outil
- > Comprendre les fonctionnalités des outils de visioconférence et les mobiliser et les exploiter dans le cadre d'une vente à distance
- > Inviter son interlocuteur à un événement en visioconférence et s'assurer de la bonne prise en main de l'outil par son interlocuteur
- > Préparer une présentation commerciale en visioconférence

4. Animer une vente à distance :

- > Ouvrir et clôturer un rendez-vous commercial en visioconférence
- > Mobiliser les techniques d'animation à distance pour maintenir un prospect intéressé et engagé
- > Gérer les objections à distance
- > Identifier les signaux faibles à distance
- > Négocier et clôturer une vente à distance

Compétences ciblées

- > Mener un cycle de vente complet par visioconférence interposée
- > Conduire une discussion commerciale à distance avec habileté et efficacité
- > Hybrider son processus de vente pour allier le meilleur de présentiel et le meilleur du distanciel dans ses pratiques commerciales



Moyens pédagogiques

Chaque participant reçoit, en amont de la formation, **un questionnaire de positionnement**, dont les résultats sont communiqués au formateur pour mieux comprendre le profil et les besoins des participants à la formation.

La formation repose sur une **approche pédagogique par le faire**, alternant séquences de transmission par le formateur et exercices encadrés de mise en application des compétences, pratiques et postures par les participants.

Chaque séquence pédagogique prévoit la **mise à disposition d'outils et de guides** permettant aux stagiaires de se projeter dans la remobilisation des acquis en situation de travail.

Des **mécaniques de co-développement** sont mobilisées pour renforcer **l'appropriation des compétences** par les pairs et favoriser l'apprentissage entre pairs.



Formateur

> La formation est assurée par un formateur expert en vente B2B, disposant d'une :

- Expérience professionnelle significative sur la thématique
- Expérience significative en termes d'animation de formation

Un CV du formateur est disponible, sur demande.



Modalités d'évaluation

> Les participants devront compléter, avant le début de la session, un formulaire de positionnement pour apprécier le niveau de chacun sur les compétences visées par la formation.

Le dispositif d'évaluation est composé de :

- Exercices de mises en situation en session, encadrés par le formateur, pour pratiquer les postures et outils
- Un questionnaire proposé en fin de session pour s'assurer de la bonne rétention des messages principaux de la formation

Une **attestation de réalisation** est remise à chaque participant à l'issue de la formation. Une **attestation de réussite** est remise aux participants satisfaisant **les critères de réussite de la formation**.



Prix et modalités d'accès

La formation est commercialisée en inter-entreprise et en intra-entreprise pour des groupes de 6 à 12 personnes.

Prix HT : à partir de 890€