Cycle Commercial : optimisez vos pratiques et performances

Commercial - Relation client - Vente - 2025

La formation en résumé

Augmenter le CA, défendre les marges, gagner de nouveaux clients et fidéliser le portefeuille actuel… autant de compétences que doit maîtriser le commercial pour perdurer dans les métiers de la vente. **Ce parcours complet** de formations basées sur la mise en pratique personnalisée, vous aidera à bien vous préparer et organiser pour développer votre savoir-faire en performance commerciale, négociation, prospection et fidélisation afin développer votre portefeuille clients et augmenter votre chiffre d'affaires.

Les modules optionnels vous permettront de personnaliser votre parcours en fonction de vos propres problématiques ou besoins terrains.

5 260 €

(non assujetti à la TVA)

+ activités à distance incluses sur notre plateforme de microlearning

Accès micro learning / mobile learning inclus

Mises en situation

Ludopédagogie

Objectifs :

- Connaître et utiliser les outils de prospection adaptés pour développer son fichier de prospects, acquérir et fidéliser de nouveaux clients
- Déterminer ses cibles, sa stratégie d'approche et préparer son plan d'actions de prospection
- Prioriser ses actions commerciales, optimiser son temps et ses démarches auprès des clients pour développer et mesurer l'efficacité des actions commerciales
- Préparer et adopter une stratégie de négociation constructive
- Mener un entretien commercial en respectant les différentes étapes et savoir se positionner face aux différents types d'acheteurs pour réussir ses négociations
- Conclure une affaire (closing), provoquer la décision face à la concurrence et augmenter sa présence chez ses clients
- Déterminer ses propres axes d'amélioration et points de vigilance

Participants :

- Commerciaux, chargés de relation clients, ingénieurs d'affaires, techniciens
- Porteurs de projets, créateurs d'entreprise devant eux-même assurer le développement commercial de leur activité

Prérequis :

Pas de prérequis

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs adhèrent à notre charte « Agir et Apprendre ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Vous bénéficiez dès le démarrage de votre formation d'un accès de 2 mois à notre application micro-learning téléchargeable sur smartphones et tablettes via votre app store ou play store. Cette application vous permet d'approfondir de façon rapide, simple et ludique les thèmes abordés au cours de votre formation. Grâce à des jeux, quizz, vidéos et fiches de synthèse construits en lien direct avec votre formation vous pourrez vous entraîner, ancrer et enrichir vos connaissances.

Suivi et évaluation de la formation :

Un questionnaire d'analyse des besoins est envoyé en amont de la formation et un positionnement est réalisé afin d'évaluer les prérequis

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations… Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation en cliquant ici.

Modules obligatoires

Fondamentaux des techniques de vente et de négociation commerciale
— (14 heures en présentiel)

Formation : Réponse aux objections et closing en négociation commerciale
— (14 heures en présentiel)

Formation Prospection Commerciale : stratégie et organisation
— (14 heures)

Formation Gestion des clients difficiles
— (14 heures)

Modules optionnels

Formation DISC / 4Colors® : mieux communiquer et mieux négocier avec la méthode des couleurs

Formation Intelligence Artificielle (IA) pour commerciaux
— (14 heures), en présentiel ou en distanciel

Formation : Optimiser la transformation de leads et prospects par téléphone
— (14 heures)

Formation : Répondre aux marchés publics/privés et gagner ses appels d'offres
— (14 heures en présentiel / 4 demi journées de 3h30 en distanciel)

Formation Intelligence Emotionnelle dans la relation commerciale
— (14 heures)

Fondamentaux des techniques de vente et de négociation commerciale

CCI Formation Pro

Commercial - Relation client - Vente - 2025

La formation en résumé

Réussir vos entretiens de vente nécessite de la méthodologie et de se préparer en amont. Au cours de cette formation, vous apprendrez à utiliser des techniques de vente adaptées, à personnaliser votre argumentaire commercial à vos différents prospects/clients, à répondre aux objections et à conclure vos entretiens de vente par un engagement client.

Cette formation axée mise en pratique vous permettra de maîtriser chaque étape de l'entretien de vente et de développer la confiance et les réflexes nécessaire pour mener vos négociations commerciales.

Objectifs :

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

- Connaître les étapes clés et les techniques de vente pour mener un entretien commercial
- Se positionner face aux différents types d'acheteurs afin de négocier en fonction des besoins du client
- Adapter sa posture et sa communication en identifiant ses propres axes d'amélioration
- Conclure et augmenter sa présence chez ses clients

Participants :

- Toute personne devant promouvoir ses produits ou services de façon professionnelle en BtB
- Commerciaux débutants ou expérimentés souhaitant développer ou valider leurs compétences.

Prérequis :

Cette session ne nécessite aucun pré-requis

1 435 €

(non assujetti à la TVA)

2 jours

(14 heures en présentiel)

Accès micro learning / mobile learning inclus

Mises en situation

Ludopédagogie

Accès Mobile learning

Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Commercial : optimisez vos pratiques et performances

Le contenu

Se préparer et connaître son client/prospect

- Collecter les informations préalables pour une meilleure adaptabilité face au prospect (décideurs, marché, concurrence, CA…)
- Les nouveaux outils au service de la préparation de visite
- Préparer les outils commerciaux nécessaires à l'entretien
- Définir l'objectif spécifique de son rdv

Démarrer l'entretien avec une prise de contact positive et efficace

- Etre en relation dès les premières secondes
- Mettre en place un climat de confiance en utilisant la communication verbale et non verbale
- Présenter et mettre en valeur son entreprise
- Détecter les profils clés des prospects/clients
- Fixer le cadre de l'entretien

La phase d'investigation : découverte de l'entreprise et du besoin du client

- Identifier les besoins explicites et implicites
- Détecter les attentes de son interlocuteur
- Les techniques de questionnement
- L'empathie et l'écoute au service de la négociation
- Les principes du feedback pour améliorer la communication
- S'adapter à tous types d'interlocuteurs
- Entraînement avec la méthode SONCASE (Sécurité, Orgueil, Nouveauté, Confort, Argent, Sympathie, Environnement)

Définir son offre : argumenter ses produits et ses services

- Exprimer les caractéristiques en avantages, adapter sa présentation au besoin du client
- Faire adhérer le client pour une meilleure implication
- Créer son argumentaire : Techniques et cas pratiques
- Bien connaitre ses marges de manœuvre pour anticiper les objections
- Cas pratiques

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 20/03, 21/03
- 16/06, 17/06
- 13/11, 14/11

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

Sessions à venir - Nous contacter

Roanne - 04 77 44 54 69

Sessions à venir - Nous contacter

Négocier un prix

- La perception du prix dans la négociation
- Les techniques de présentation du prix pour valoriser son offre
- Les techniques de réponse à l'objection prix
- La maîtrise des marges, principe des contres parties

Défendre son offre

- Identifier le fondement de l'objection
- Définir les points de passages obligatoires pour répondre aux objections
- Répondre aux objections récurrentes
- Négocier les conditions commerciales
- Attitude du vendeur pour mieux gérer l'objection, affirmation de soi et ouverture
- Mises en situation

Conclure

- L'attitude du commercial face à la conclusion
- Les techniques pour anticiper face aux signaux d'achats
- Les 5 techniques de conclusion pour faire valider l'offre
- Les différentes propositions liées à la conclusion
- Collaborer à la formalisation du contrat de vente ou d'achat en contrôlant sa conformité au regard des obligations légales et en vérifiant la présence des différentes clauses négociées
- Training sur des scénarios rapides pour créer des automatismes

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises, micro-learning, jeux

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 10 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs adhèrent à notre charte pédagogique « Agir et Apprendre ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Un questionnaire d'analyse des besoins comprenant un auto-positionnement est envoyé en amont de la formation.

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations… Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation en cliquant ici.

Formation : Réponse aux objections et closing en négociation commerciale

CCI Formation Pro

Commercial - Relation client - Vente - 2025

La formation en résumé

Même après un entretien de vente bien mené, quand arrive le moment de conclure la vente, beaucoup de commerciaux ont des difficultés. Cette formation vous donnera les clés pour maîtriser les étapes et techniques d'un closing réussi et vous perfectionner en négociation commerciale.

Il est préconisé d'avoir une expérience terrain et maîtriser les techniques de vente et de négociation commerciale en amont de cette formation.

Objectifs :

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

- Traiter efficacement les objections pour faciliter la prise de décision, en les anticipant et les préparant
- Déployer ses capacités relationnelles pour convaincre, gagner en confiance et s'affirmer face aux objections des prospects
- Adopter une stratégie de négociation constructive (gagnant-gagnant)
- Conclure la vente en provoquant la décision des prospects

Participants :

- Commerciaux, responsables commerciaux, chargés d'affaires, attachés commerciaux
- Toute personne amenée à négocier et souhaitant optimiser ses performances commerciales

Prérequis :

Un entretien préalable est obligatoire dans le cadre de la certification

1 435 €

(non assujetti à la TVA)

2 jours

(14 heures en présentiel)

Accès micro learning / mobile learning inclus

Best of

Mises en situation

Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Commercial : optimisez vos pratiques et performances

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 10/04, 11/04
- 23/06, 24/06
- 11/12

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

Sessions à venir - Nous contacter

Roanne - 04 77 44 54 69

Sessions à venir - Nous contacter

Le contenu

Focus sur les phases préalables à la conclusion

- Répondre aux besoins des clients
- Développer un argumentaire personnalisé
- Provoquer l'intérêt des clients

Traiter efficacement les objections pour faciliter la prise de décision

- Identifier l'origine de l'objection
- Gérer les différentes typologies de clients et adapter son vocabulaire et son non-verbal
- Savoir anticiper l'objection
- Les techniques de réponses aux objections
- L'affirmation face à l'objection
- Traiter les objections récurrentes (prix, délais...) : entraînement et mises en situation

Négocier Gagnant - Gagnant

- Défendre ses objections et être ouvert à une négociation constructive (méthode raisonnée)
- S'appuyer sur les effets de la persuasion
- Connaître et comprendre le GRID, training
- Adopter une stratégie de négociation pour des relations durables

Adopter une posture et des techniques de communication pour s'affirmer face aux objections

- Renforcer la confiance en soi
- Gérer son stress en situation tendue
- Gagner en affirmation de soi
- Gagner en assertivité

Provoquer la conclusion

- Développer la confiance en soi
- Faire face à l'indécision, gérer les résistances
- Gérer son stress en situation tendue
- Les 5 techniques de conclusion pour emporter la décision
- Relativiser l'échec, savoir traiter le "non" du client
- Transformer la négociation finale en arme de conclusion
- Provoquer l'accord final
- Approche comportementale des protagonistes vendeurs / acheteurs

Définir une stratégie pour maîtriser le closing

- Maîtriser les étapes et développer des réflexes gagnants
- Maîtriser le profil client et la technique pour conserver le lead et se concentrer sur les objections

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises, mircolearning

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont adhèrent à la charte pédagogique « Agir et Apprendre ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations… Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation en cliquant ici.

Environnement pédagogique spécifique distanciel *:*

L'ensemble des outils utilisés pour l'animation de nos formations à distance regroupe les fonctionnalités permettant de recréer toutes les conditions d'une formation en présentiel : partage de documents, partage d'écran, individualisation de la prise de parole. Les informations de connexion, comprenant les identifiants (login) et les mots de passe (mdp), sont fournies lors de la convocation à la formation.

Matériel requis :

Un ordinateur avec une connexion à Internet haut débit

Un microphone et une caméra pour faciliter les échanges en temps réel

Une adresse mail pour la réception du lien de connexion à la classe virtuelle

Un téléphone portable compatible avec la technologie 4G, au cas où une connexion de secours serait nécessaire

Formation Prospection Commerciale : stratégie et organisation

Commercial - Relation client - Vente - 2025

La formation en résumé

Vous souhaitez étoffer son portefeuille client pour vous développer? Cela doit passer par une **prospection adaptée à chacune de vos cibles**. Bâtir cette stratégie de prospection est primordial pour **conquérir de nouveaux clients et se développer**.

Notre formation est ainsi axée sur l'aspect stratégique et organisationnel de la prospection, ainsi que sur l'optimisation des processus à travers des outils modernes. Les participants repartent avec des méthodes et outils éprouvés pour construire un plan de prospection structuré et efficace.

Objectifs :

- Connaître et utiliser des outils modernes de prospection pour développer un fichier de prospects qualifiés, acquérir et fidéliser de nouveaux clients
- Structurer un plan de prospection omnicanale en déterminant ses cibles et les stratégies adaptées à chaque canal
- Adapter ses techniques de communication en fonction des personas pour maximiser les conversions
- Organiser, planifier et mesurer la performance de sa prospection pour en optimiser les résultats

Participants :

- Commerciaux, chargés de relation clients
- Dirigeants d'entreprise, créateurs ou porteurs de projets
- Toute personne chargée du développement commercial de l'entreprise

Prérequis :

- Cette session ne nécessite aucun pré-requis particulier

1 435 €

(non assujetti à la TVA)
+ Activités à distance (micro-learning) incluses

2 jours

(14 heures) | Parcours / Cycle | Mises en situation

Accès Mobile learning

Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Commercial : optimisez vos pratiques et performances

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 11/03, 12/03
- 05/06, 06/06
- 03/11, 04/11

Le contenu

Préparer et organiser sa prospection : plan de prospection

- Fixer ses objectifs et étapes de sa stratégie d'action, définir ses cibles et les marchés,
- Etablir et respecter son planning : organiser son rythme de prospection et suivi
- Préparer sa base de données et qualifier son fichier :
  - Sourcing, recherche de prospects, recherche de fichiers, sources (internes, externes)
  - Analyse, segmentation et tests
- Préparer son argumentaire en fonction des cibles abordées/ses objections : méthodes AIH
- Préparer son questionnement, la réponse positive aux objections et comment conclure
- Mettre en place des outils de suivi et pilotage : indicateurs clés et interprétation
- Les enjeux de la prise de RDV téléphonique : surmonter le barrage : astuces et comportement à privilégier, création d'un script téléphonique
- Préparer son emailing à partir de la méthode AIDA
- 0utils, méthodes et démonstrations

Outils, techniques de communication et optimisation

Utilisation des outils de prospection

- Introduction aux outils d'automatisation (CRM, growth hacking) pour optimiser le fichier de prospects et améliorer les taux de conversion?
- Construction d'un fichier de prospection qualifiée

Techniques de communication efficaces

- Approche verbale et non-verbale : adapter son discours selon les personas et les canaux
- Gestion des objections et accroches personnalisées

Organiser et mesurer sa prospection

- Planification des actions de prospection sur le long terme : gestion du temps et priorisation?
- Utilisation de KPIs pour suivre les performances et ajuster la stratégie?

Mises en situation

- Se motiver dans la pratique et lever les freins
- Réussir ses entretiens de prospection quelque soit le média de prospection
- Mettre en place la synergie des canaux de communication avec son prospect

Les + de la formation :

- Étude personnalisée des axes de développement en fonction de la structure du fichier clients des participants et définition des actions à mettre en oeuvre dès la fin de formation
- Vous bénéficiez dès le démarrage de votre formation d'un accès de 2 mois d'un accès à des activités de micro-learning téléchargeables sur smartphones et tablettes via votre app store ou play store. Cette application vous permet d'approfondir de façon rapide, simple et ludique les thèmes abordés au cours de votre formation. Grâce à des jeux, quizz, vidéos et fiches de synthèse construits en lien direct avec votre formation vous pourrez vous entraîner, enrichir vos connaissances et même aller plus loin tout en vous amusant !

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « Agir et Apprendre ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations… Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Environnement pédagogique spécifique distanciel ***:***

L'ensemble des outils utilisés pour l'animation de nos formations à distance regroupe les fonctionnalités permettant de recréer toutes les conditions d'une formation en présentiel : partage de documents, partage d'écran, individualisation de la prise de parole. Les informations de connexion, comprenant les identifiants (login) et les mots de passe (mdp), sont fournies lors de la convocation à la formation.

Matériel requis :

Un ordinateur avec une connexion à Internet haut débit

Un microphone et une caméra pour faciliter les échanges en temps réel

Une adresse mail pour la réception du lien de connexion à la classe virtuelle

Un téléphone portable compatible avec la technologie 4G, au cas où une connexion de secours serait nécessaire

Nous nous engageons à fournir un environnement pédagogique convivial et efficace, tout en veillant à ce que nos participants aient accès aux outils et aux ressources nécessaires pour tirer le meilleur parti de nos formations à distance

Formation Gestion des clients difficiles

Commercial - Relation client - Vente - 2025

CCI Formation Pro

La formation en résumé

Comment gérer les rapports délicats voire conflictuels, avec certains clients tout en pérennisant la relation ? La gestion des clients difficiles , inflexibles ou mécontents est toujours délicate, car gérer son stress, faire preuve d'assertivité, prendre du recul ou mettre en place une démarche positive demande un minimum de techniques. Dans la relation commerciale, le conflit fait partie du quotidien

A l'issue de notre formation pratique vous utiliserez des approches de communication adaptées ainsi que des outils pour repérer et désamorcer les comportements déstabilisants des clients difficiles et vous affirmer.

Objectifs :

- Identifier et analyser les comportements des clients difficiles
- Repérer et désamorcer les tentatives de déstabilisation ou les situations à risque d'une relation commerciale
- Garder la maîtrise de soi et la maîtrise du déroulement de l'échange
- Oser s'affirmer en situation difficile, en gérant les critiques, en faisant respecter les engagements et en posant des limites

Participants :

- Commerciaux, technico-commerciaux, ingénieurs d'affaires, chargés de relation clients, attachés commerciaux
- Toute personne souhaitant mieux s'affirmer dans sa relation commerciale

Prérequis :

- Connaître et pratiquer les techniques de vente

1 435 €

(non assujetti à la TVA)

2 jours

(14 heures)

Cas pratiques

Accès micro learning / mobile learning inclus

Mises en situation

Accès Mobile learning

Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Commercial : optimisez vos pratiques et performances

Le contenu

Identifier les sources de conflits avec les clients

- Reconnaître les signes avant-coureurs de mécontentement chez les clients
- Comprendre les causes courantes des conflits et des plaintes.

Comprendre les mécanismes des comportements humains dans la relation commerciale

- La place des émotions dans la relation aux autres
- Les 4 comportements humains : fuite, manipulation, agressivité, assertivité. Les identifier, adapter son discours, sa posture pour garder la maîtrise de soi et de l'entretien commercial
- Les comportements inefficaces et leurs conséquences.
- Passivité, agressivité et manipulation.
- Comprendre sa personnalité et s'autoévaluer
- Identifier son niveau d'assertivité.
- Déterminer ses axes de progrès vers l'assertivité.

Développer des compétences en communication en situation tendue

- Adapter son style de communication pour apaiser les tensions.
- La communication positive.
- Le bon langage et les expressions à éviter.
- Utiliser des techniques de questionnement et d'écoute active pour mieux comprendre les besoins et préoccupations des clients.
- Mise en pratique

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 27/03, 28/03
- 27/11, 28/11
- 26/06, 27/06

Se préparer et conduire l'entretien avec un client difficile

- Mettre en place des stratégies de résolution de conflits adaptées à différentes situations. commerciales
- La préparation psychologique et la prise de recul face aux enjeux . L'art d'anticiper dans la relation.
- Comprendre l'origine des tensions et les gérer.
- Le plan d'actions efficace.
- L'écoute active et le questionnement de précision.
- L'anticipation des réclamations.
- L'annonce des mauvaises nouvelles.
- Cas pratiques : à partir de situations vécues, définition de la typologie des clients difficiles. Entraînement au questionnement de précision

Oser dire non sans perdre le client

- L'art de dire "non".
- Oser dire non à des demandes abusives.
- Les réflexes pour ne plus être pris au dépourvu .
- Savoir faire preuve d'assertivité
- L'établissement d'une relation de coopération.
- Mise en situation de jeux de rôles pour identifier ses propres axes d'amélioration

S'affirmer sereinement face au client : les outils

- La méthode DESC au service de la critique
- Traiter les objections et répondre aux incompréhensions
- L'art de demander sans faire monter la pression.
- L'effet miroir de la gestion d'une agression
- Déjouer la manipulation
- Savoir arrêter un entretien sans mettre en péril la relation commerciale
- Gérer les critiques des clients, constructives ou non
- Avoir des pistes pour gérer les impasses
- Jeux de rôles (savoir critiquer, recadrer, demander)

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises, microlearning

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs adhèrent à notre charte pédagogique « Agir et Apprendre ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Un questionnaire d'analyse des besoins est envoyé en amont de la formation et un positionnement est réalisé afin d'évaluer les prérequis

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations… Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation en cliquant ici.

Environnement pédagogique spécifique distanciel *:*

L'ensemble des outils utilisés pour l'animation de nos formations à distance regroupe les fonctionnalités permettant de recréer toutes les conditions d'une formation en présentiel : partage de documents, partage d'écran, individualisation de la prise de parole. Les informations de connexion, comprenant les identifiants (login) et les mots de passe (mdp), sont fournies lors de la convocation à la formation.

Matériel requis :

Un ordinateur avec une connexion à Internet haut débit

Un microphone et une caméra pour faciliter les échanges en temps réel

Une adresse mail pour la réception du lien de connexion à la classe virtuelle

Un téléphone portable compatible avec la technologie 4G, au cas où une connexion de secours serait nécessaire

Nous nous engageons à fournir un environnement pédagogique convivial et efficace, tout en veillant à ce que nos participants aient accès aux outils et aux ressources nécessaires pour tirer le meilleur parti de nos formations à distance

Formation DISC / 4Colors® : mieux communiquer et mieux négocier avec la méthode des couleurs

Commercial - Relation client - Vente - 2025

La formation en résumé

Saviez-vous que 90% de la réussite professionnelle repose sur les compétences interpersonnelles, aussi appelées soft skills ? Ces compétences sont particulièrement cruciales lors de négociations ou lorsque vous devez convaincre vos interlocuteurs.

La méthode DISC ou 4Colors® à la fois **simple et ludique,** permet de déterminer la façon dont vous réagissez par rapport aux autres mais également la façon dont ils réagissent. Chaque client ou acheteur est une combinaison unique de 4 styles de comportements, illustrés par des couleurs pour une compréhension plus intuitive.

Identifiez votre profil parmi les 4 styles comportementaux , "dominance", "influence", "stabilité", "conformité", et faites en un atout pour mieux communiquer, mieux négocier et mieux vendre !

Cette formation comprend la r**éalisation et l'analyse personnalisée de votre profil comportemental**, vous permettant ainsi de mieux comprendre vos interlocuteurs et d'adapter vos stratégies de communication et de vente pour maximiser votre impact.

Objectifs :

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

- Analyser son propre style de communication à partir de son profil 4Colors® pour renforcer son efficacité commerciale et mieux communiquer
- Utiliser la méthode des couleurs DISC / des couleurs pour améliorer vos compétences en négociation : identification précise des motivations et attentes de vos interlocuteurs / clients / fournisseurs, adaptation de vos argumentaires et réponse aux objections
- Gagner en flexibilité et adaptabilité en fonction des situations parfois tendues et de vos interlocuteurs

Participants :

- Collaborateurs commerciaux en contact direct avec les clients
- Chargés de relations clients
- Acheteurs
- Toute personne devant convaincre ses interlocuteurs

Prérequis :

- Avoir complété avant l'entrée en formation son profil individuel de personnalité 4Colors®

1 470 €

(non assujetti à la TVA)
Profil personnel 4 colors inclus

14 heures

2 jours

Profil 4 colors® inclus

Mises en situation

Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Commercial : optimisez vos pratiques et performances
Cycle Manager commercial : Stratégie et performance des équipes
Cycle Créateur Commerçant

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

Sessions à venir - Nous contacter

Le contenu

Identifier et comprendre les couleurs de la communication

- Les 4 tendances : rouge / jaune / vert / bleu
- Repérer et distinguer les 4 styles comportementaux : "dominance", "influence", "stabilité" et "conformité"
- Identifier son propre style / couleurs (à partir du profil de personnalité 4Colors®)
- Comprendre ses préférences comportementales, ses zones de confort et d'inconfort

Comprendre les motivations et attentes des clients / interlocuteurs

- Les couleurs de nos clients / interlocuteurs et leurs attentes spécifiques
- La boussole du non verbal pour identifier la couleur des clients / prospects / interlocuteurs
- Les motivations des différents types de clients / interlocuteurs

Développer des argumentaires efficaces

- Réaliser des argumentaires en couleurs adaptés à chaque profil
- Maitriser la méthode RECAP en couleurs
- Travailler sur le style de client / partenaire le plus opposé

Négocier ou vendre en couleur ou acheter « gagnant »

- Etre convaincu pour être convainquant
- Proposer la spécificité de son entreprise
- Transmettre l'enthousiasme
- Conclure efficacement

Gérer les situations difficiles en utilisant la méthode DISC

- Gestion du stress : le mien et celui de mes interlocuteurs
- Gestion des conflits clients

Mises en situation et application

Les + de la formation :

- Profil individuel de personnalité 4Colors® réalisé en amont de la formation, puis analysé et débriefé par l'intervenant certifié 4colors programs®, expert en communication, commercial et relation client
- Chaque participant repart avec son plan d'action individuel

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs adhèrent à la charte « Agir et Apprendre ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations… Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Environnement pédagogique spécifique distanciel *:*

L'ensemble des outils utilisés pour l'animation de nos formations à distance regroupe les fonctionnalités permettant de recréer toutes les conditions d'une formation en présentiel : partage de documents, partage d'écran, individualisation de la prise de parole. Les informations de connexion, comprenant les identifiants (login) et les mots de passe (mdp), sont fournies lors de la convocation à la formation.

Matériel requis :

Un ordinateur avec une connexion à Internet haut débit

Un microphone et une caméra pour faciliter les échanges en temps réel

Une adresse mail pour la réception du lien de connexion à la classe virtuelle

Un téléphone portable compatible avec la technologie 4G, au cas où une connexion de secours serait nécessaire

Nous nous engageons à fournir un environnement pédagogique convivial et efficace, tout en veillant à ce que nos participants aient accès aux outils et aux ressources nécessaires pour tirer le meilleur parti de nos formations à distance

Formation Intelligence Artificielle (IA) pour commerciaux

CCI Formation Pro

Commercial - Relation client - Vente Intelligence Artificielle - 2025

La formation en résumé

Pendant cette ère de transformation où l'intelligence artificielle (IA) devient le pivot central de l'innovation professionnelle, les métiers commerciaux vont s'adapter. Que ce soit pour réduire certaines tâches chronophages et mieux se concentrer sur leur coeur de métier, ou pour booster leur performance grâce à des assistants IA tels que Chat GPT, les commerciaux vont tirer profit des outils IA.

Formez-vous dès maintenant, en présentiel ou en distanciel, pour découvrir et exploiter tout le potentiel des outils d'Intelligence Artificielle.

Grâce aux nombreuses illustrations concrètes, vous pourrez identifier les outils d'intelligence artificielle qui vous seront utiles pour booster vos ventes et performances.

Objectifs :

- Comprendre comment l'intelligence artificielle peut améliorer les pratiques commerciales
- Découvrir des outils IA pour améliorer l'organisation commerciale et augmenter l'efficacité des processus
- Développer des stratégies pour intégrer l'IA dans la fidélisation et l'amélioration de l'expérience client
- Acquérir des compétences en formulation de prompts efficaces pour interagir avec l'IA, permettant une utilisation optimale des technologies génératives dans divers contextes commerciaux
- Analyser et utiliser les données grâce à l'IA pour prendre des décisions commerciales éclairées

Participants :

- Directions commerciales, responsables commerciaux, commerciaux, technico-commerciaux, chargés d'affaires, chargés de clientèle
- Chefs d'entreprise

Prérequis :

Cette formation ne nécessite pas de prérequis

1 565 €

(non assujetti à la TVA)

2 jours

(14 heures), en présentiel ou en distanciel

Cas pratiques

Financement FNE-Formation (nous consulter)

Accès micro learning / mobile learning inclus

Accès Mobile learning

Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Commercial : optimisez vos pratiques et performances

Dates et villes

À distance -

- 16/06, 23/06

Lyon - 04 72 53 88 00

- 17/02, 18/02
- 01/12, 02/12
- 14/05, 15/05

Le contenu

Introduction à l'IA et aux techniques de prompt

- Contexte historique et exploration de son évolution dans le commerce.
- L'IA générative : identification des plateformes et outils clés
- Aperçu de Chat GPT, Gemini, Copilot, Perplexity, Dall-e, Leonardo, Firefly ...
- Intégrer les difficultés éthiques liés à l'IA, IA Act
- Initiation à l'art du prompt avec exercices pratiques pour apprendre à formuler des requêtes efficaces.
- Atelier pratique sur l'écriture de prompts pour tester les résultats dans les contextes d'activité des participants

Identification des bénéfices actuels de l'IA dans l'activité commerciale

- Outils IA pour l'analyse et les prévisions des ventes
- Outils IA pour automatiser les processus de vente
- Outils IA pour la personnalisation des interactions client en vente
- Outils IA pour aider à définir la stratégie marketing et commerciale

Applications concrètes de l'IA dans le domaine commercial

- Analyses de données par l'IA : démonstration et exercices sur catalogues pdf, fichiers excel, sites web…
- Exploration des outils d'IA pour la prospection et la préparation de contenu et de rendez-vous.
- Atelier pratique :
  - Simulation de mise en place d'une campagne de prospection
  - Génération de plans d'action et de supports via l'IA
- Analyses de méthodes d'actions pour la fidélisation client
- Approfondir les stratégies d'utilisation de l'IA pour le suivi et la fidélisation des clients
- Atelier interactif :
  - Démonstration de scénarios de fidélisation client utilisant l'IA
  - Pratique de formulation de prompts spécifiques

Synthèse des meilleures pratiques

- Études de cas d'entreprises utilisant avec succès des outils d'IA dans leurs opérations commerciales
- Elaboration d'un plan d'actions individuel et priorisation

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 10 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs adhèrent à notre charte pédagogique « Agir et Apprendre ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Un questionnaire d'analyse des besoins et de positionnement sera envoyé en amont.

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations… Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Environnement pédagogique spécifique distanciel *:*

L'ensemble des outils utilisés pour l'animation de nos formations à distance regroupe les fonctionnalités permettant de recréer toutes les conditions d'une formation en présentiel : partage de documents, partage d'écran, individualisation de la prise de parole…

Les informations de connexion, comprenant les identifiants (login) et les mots de passe (mdp), sont fournies lors de la convocation à la formation.

Matériel requis :
Un ordinateur avec une connexion à Internet haut débit

Un microphone et une caméra pour faciliter les échanges en temps réel

Une adresse mail pour la réception du lien de connexion à la classe virtuelle

Un téléphone portable compatible avec la technologie 4G, au cas où une connexion de secours serait nécessaire

Formation : Optimiser la transformation de leads et prospects par téléphone

Commercial - Relation client - Vente - 2025

La formation en résumé

La relance téléphonique est un **levier puissant pour transformer des prospects en clients** et renforcer la relation commerciale.

Cette formation vous apportera **des techniques efficaces** pour contacter vos leads de manière stratégique, adapter votre discours à leurs besoins, et surmonter les objections les plus courantes. Grâce à des outils concrets et des mises en situation pratiques, vous **optimisez vos relances** pour **obtenir des rendez-vous qualifiés ou conclure des ventes**.

À l'issue de la formation et des simulations de relances téléphoniques pouvant être enregistrés et débriefés, vous saurez comment optimiser votre pratique, structurer vos appels, argumenter avec pertinence et créer de la valeur à chaque échange.

Possibilité d'utiliser les fichiers du participant pour du training réel sur la prise de rendez-vous ou la prospection téléphonique.

Objectifs :

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

- Préparer et mettre en oeuvre des techniques efficaces de communication par téléphone avec des accroches attractives pour établir un premier contact efficace avec des leads ou prospects.
- Utiliser des outils performants pour structurer ses relances téléphoniques : CRM, scripts, techniques d'écoute active
- Adapter son argumentaire selon les besoins du prospect pour personnaliser son discours et maximiser l'impact commercial
- Garder la main sur l'entretien commercial en développant des réflexes pour guider la conversation, surmonter les objections et conduire efficacement un entretien commercial jusqu'à la prise de rendez-vous ou la conclusion de la vente

Participants :

- Commerciaux, chargés de clientèle, responsables de la relation client et toute personne en charge de la prospection et de la relance téléphonique
- Créateurs d'entreprise souhaitant optimiser leur approche commerciale pour développer leur portefeuille clients

Prérequis :

- Cette session ne nécessite aucun pré-requis particulier

1 435 €

(non assujetti à la TVA)
Accès application mobile learning HUBBLE intégré

2 jours

(14 heures)

Mises en situation

Accès Mobile learning

Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Commercial : optimisez vos pratiques et performances

Dates et villes

À distance -

- 16/06, 23/06

Lyon - 04 72 53 88 00

- 10/04, 11/04
- 06/11, 07/11

Le contenu

Se préparer à la relance téléphonique

- Préparer un appel : objectifs, analyser du prospect, collecter d'informations sur ses besoins
- L'intérêt de se fixer des objectifs SMART
- Créez une checklist de préparation mentale et technique avant chaque appel

Les techniques efficaces de communication et d'accroche par téléphone

- Les bonnes pratiques et tendances pour la prospection et la relance par téléphone.
- Les composantes d'une communication téléphonique réussie : le ton, le rythme, l'écoute active.
- Passer les barrages pour obtenir le bon interlocuteur : techniques d'accroche pour capter l'attention dès les premières secondes de l'appel
- Gestion du stress et des imprévus lors d'un appel
- Préparer son Elevator Pitch Commercial et son entretien de découverte en fonction du lead ou prospect
- *Training à la prise de contact efficace*

Outils pour structurer et optimiser vos relances téléphoniques

- Introduction aux outils numériques pour la gestion des relances (CRM, logiciels de suivi)
- Comment organiser et planifier ses relances téléphoniques (calendrier de suivi, rappels automatiques)
- Scripts d'appels performants : quand et comment les utiliser

Organisation et suivi de ses relances

- Planifier ses relances et créer un plan de suivi : fréquence des relances, timing optimal pour contacter vos prospects
- Mise en place d'un tableau de bord pour suivre les leads et mesurer les performances des relances (taux de conversion...)
- L'importance de la communication aux autres équipes
- Stratégies pour éviter des relances trop intrusives tout en maintenant l'intérêt du prospect
- Analyser ses résultats pour progresser et répéter les facteurs clés de succès

Identifier les besoins et apporter de la valeur à chaque appel

- Questionner et reformuler lors de la phase découverte : techniques de questionnement pour détecter les besoins explicites et implicites de son interlocuteur
- Apporter de la valeur lors de chaque appel : partager des informations pertinentes (études de cas, bénéfices clés, actualités)
- Comment renforcer la crédibilité et instaurer la confiance grâce à des échanges enrichissants

Garder la main sur l'entretien téléphonique et argumenter

- Techniques pour diriger efficacement une conversation sans paraître trop insistante
- Adapter son approche en fonction des signaux envoyés par le prospect pendant l'appel
- Convaincre avec un argumentaire personnalisé selon les besoins identifiés
- Utilisation des techniques de reformulation pour valider les besoins et les priorités du prospect

Gérer et surmonter les objections par téléphone

- Apprendre à anticiper les objections courantes et les transformer en opportunités de convaincre
- Techniques de traitement des objections par téléphone : prix, timing, intérêt perçu
- *Mise en situation avec traitement des objections pour s'entraîner à répondre avec fluidité*

Conclure

- Verrouiller l’entretien, conclure, prendre congé et préparer le suivi
- Générer des résultats : ventes ou prises de RDV qualifiés
- *Simulation d'appels globale propre à l’activité de chaque participant : prise en RDV, vente…*

Fidélisation et suivi post-relance

- Maintenir la relation avec un prospect après une relance non concluante, savoir rebondir
- Rester positif et persévérer
- Stratégies de suivi : envoi d'informations complémentaires, suivi téléphonique régulier, prise de contact personnalisée ...
- Créez un lien de confiance pour transformer un prospect en client fidèle à long terme

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs adhèrent à la charte pédagogique « Agir et Apprendre ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations… Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation en cliquant ici.

Environnement pédagogique spécifique distanciel *:*

L'ensemble des outils utilisés pour l'animation de nos formations à distance regroupe les fonctionnalités permettant de recréer toutes les conditions d'une formation en présentiel : partage de documents, partage d'écran, individualisation de la prise de parole. Les informations de connexion, comprenant les identifiants (login) et les mots de passe (mdp), sont fournies lors de la convocation à la formation.

Matériel requis :

Un ordinateur avec une connexion à Internet haut débit

Un microphone et une caméra pour faciliter les échanges en temps réel

Une adresse mail pour la réception du lien de connexion à la classe virtuelle

Un téléphone portable compatible avec la technologie 4G, au cas où une connexion de secours serait nécessaire

Nous nous engageons à fournir un environnement pédagogique convivial et efficace, tout en veillant à ce que nos participants aient accès aux outils et aux ressources nécessaires pour tirer le meilleur parti de nos formations à distance

Formation : Répondre aux marchés publics/privés et gagner ses appels d'offres

CCI Formation Pro

Commercial - Relation client - Vente Achats - Approvisionnement - Logistique - Supply Chain - 2025

La formation en résumé

Si répondre aux appels d'offre est une **réelle opportunité commerciale** pour le développement des entreprises dont il ne faut pas se priver, savoir comment répondre à un marché public nécessite un minimum de connaissances et de pratique surtout quand cela concerne la réponse dématérialisée aux appels d'offres. La réponse électronique aux marchés publics a été rendue obligatoire à compter du 1er octobre 2018 pour la majorité des marchés publics. L'appel d'offre est l'une des **procédures de marchés publics** les plus contraignantes prévues par le code de la commande publique et nécessite de maîtriser rigoureusement les différentes étapes. Le recours à l'IA en appui se pose de plus en plus pour gagner du temps, mais quelles sont les limites ?

Cette formation complète permet de mieux appréhender la réglementation des marchés publics et la mise en concurrence, et d'acquérir des **processus rigoureux et efficaces pour répondre à un appel d'offres public en garantissant la complétude et la conformité de votre offre.**

Pour se démarquer et être pertinent face aux acheteurs publics il est recommandé de poursuivre par la **formation MEMOIRE TECHNIQUE : OPTIMISER LA PRESENTATION POUR LES MARCHES PUBLICS**

Formation possible en distanciel ou en présentiel

Objectifs :

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

- Détecter des appels d'offres publics de son secteur et dans sa zone d'activité en mettant en place une veille efficace
- Remplir les formulaires liés au Dossier de candidature (DC1, DC2, DUME) en appréhendant la règlementation
- Construire une offre répondant aux critères d'attributions et besoins exprimés et s'appuyer à bon escient sur les intelligences génératives (IA) telles que ChatGPT
- Déposer ses offres par voie dématérialisée, sans ou avec signature électronique

Participants :

- Toute personne souhaitant diversifier son chiffre d'affaires en gagnant des appels d'offre
- Responsables, chargés d'affaires, commerciaux, assistants commerciaux, chefs d'entreprise, artisans

Prérequis :

- Cette session ne nécessite aucun pré-requis particulier

Le contenu

1 435 €

(non assujetti à la TVA)

2 jours

(14 heures en présentiel / 4 demi journées de 3h30 en distanciel)

Mise en pratique

Accès Mobile learning

Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Commercial : optimisez vos pratiques et performances

Dates et villes

À distance -

- 13/05, 15/05, 20/05, 22/05
- 16/09, 18/09, 23/09, 25/09
- 01/12, 04/12, 08/12, 11/12
- 12/02, 14/02, 18/02, 20/02
- 16/05, 19/05, 21/05, 23/05

Lyon - 04 72 53 88 00

- 17/03, 18/03
- 23/06, 24/06
- 25/11, 26/11

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

Sessions à venir - Nous contacter

Roanne - 04 77 44 54 69

Sessions à venir - Nous contacter

Détecter des appels d'offre

Comprendre le contexte des marchés publics et privés et appréhender les principales notions juridiques

- Grands principes de la commande publique et Natures de marchés
- Marché public : définition et autres contrats administratifs (concessions – partenariat)
- Principaux textes à appliquer : Ordonnance 2018-1074 et Décret 2018-1075
- Identifier les pouvoirs adjudicateurs : État, collectivités territoriales, 'Autres acheteurs'
- Distinguer Seuils de procédures et Seuils de publicité

Avis de marché, codes CPV et création d'alertes : mettre en place une veille automatisée et pertinente

- Où et comment rechercher des avis de marché
- Repérer et noter les codes CPV propres à son activité
- Étude de différentes plateformes – Création de comptes et d'alertes : plateforme européenne (T.E.D Tender Electronic Daily), plateformes nationales (BOAMP, PLACE), plateformes régionales et départementales

Dossier de candidature (DC1-DC2 ou DUME)

Principales procédures rencontrées

- Distinguer Procédure formalisée et Procédure adaptée
- Principales procédures et techniques d'achat
  - Appels d'offres (ouvert et restreint)
  - Procédures négociées (formalisée, adaptée, sans publicité ni mise en concurrence)
  - Accords-cadres (marchés subséquents et bons de commande)
- Délais pour répondre : procédure ouverte, procédure restreinte

Dossier de consultation des entreprises

- Comment le trouver à partir d'un Avis de marché
- Composition : RC, CCAP, CCTP, AE, pièces financières (BPU, DQE, DPGF)
- Règlement de consultation : étude d'un cas concret
  - Dossier de candidature - remplir un DC1 et DC2 à partir du RC étudié et remplir un DUME en ligne
  - Cahier des clauses administratives particulières (C.C.A.P.) : référence à un C.C.A.G, étude de cas concrets (prix, pénalités, dérogations)

Préparer son offre

Au cœur de la réponse : rédiger son mémoire technique

- Faire en sorte de faciliter le travail des évaluateurs
- Adopter la bonne approche juridique pour ne pas être éliminé
  - Bien lire le Règlement de consultation : faire lever les incohérences et ambigüités
  - Cadre imposé ou page blanche
  - Structurer son mémoire technique à partir des sous-critères de la valeur technique
  - Compléter avec les informations données dans le C.C.T.P.

- Adopter la meilleure approche commerciale pour se démarquer de la concurrence
  - Parler du client et de son besoin (faut-il parler de l'entreprise dans le mémoire technique ?)
  - Traduire les caractéristiques de votre offre en bénéfices pour le client
  - Synthétisez votre offre dans une Introduction (Pourquoi ? Quoi ? Comment ?)

- Adopter une approche graphique attractive, recourir aux schémas et photos à bon escient
- *S'appuyer sur l'IA pour gagner du temps :*
  - Analyser plus facilement le cahier des charges / CCTP ou cahier des clauses techniques
  - Automatiser des tâches chronophages rencontrées dans toutes réponses aux appels d'offres.
  - Personnaliser vos propositions techniques pour mieux répondre aux besoins spécifiques de l'acheteur
  - Exemples concrets via ChatGPT sur l'analyse d'un document, de la rédaction d'une synthèse des besoins acheteur, de la rédaction de certaines parties de votre offre

Valeur technique et Prix

- Notions juridiques liées au Prix : prix fermes, révisables, actualisables
- Pondération Valeur technique / Prix : interprétations possibles pour définir sa stratégie de prix et la balance valeur technique/Prix

Déposer dossier de candidature et offre

Réponse dématérialisée et signature électronique : partie théorique

- Certificat de signature électronique
  - Composition (logiciel de pilotage, clef USB, code PIN)
  - Savoir auprès de qui s'en procurer, à quel coût et selon quel délai

- Copie de sauvegarde : principe, dépôt, utilité

Réponse dématérialisée et signature électronique : partie pratique

- S'entraîner à déposer des offres : achatpublic.com, PLACE (plateforme des achats de l'État), AWS
- Signer un PDF (compatibilité ou non compatibilité avec certaines plateformes)

Les + de la formation

Etude de cas réels et mises en pratique immédiates par les participants tout au long de la formation

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 10 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs adhèrent à notre charte pédagogique « Agir et Apprendre ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations… Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Environnement pédagogique spécifique distanciel *:*

L'ensemble des outils utilisés pour l'animation de nos formations à distance regroupe les fonctionnalités permettant de recréer toutes les conditions d'une formation en présentiel : partage de documents, partage d'écran, individualisation de la prise de parole…

Les informations de connexion, comprenant les identifiants (login) et les mots de passe (mdp), sont fournies lors de la convocation à la formation.

Matériel requis :
Un ordinateur avec une connexion à Internet haut débit

Un microphone et une caméra pour faciliter les échanges en temps réel

Une adresse mail pour la réception du lien de connexion à la classe virtuelle

Un téléphone portable compatible avec la technologie 4G, au cas où une connexion de secours serait nécessaire

Nous nous engageons à fournir un environnement pédagogique convivial et efficace, tout en veillant à ce que nos participants aient accès aux outils et aux ressources nécessaires pour tirer le meilleur parti de nos formations à distance.

Formation Intelligence Emotionnelle dans la relation commerciale

CCI Formation Pro

Commercial - Relation client - Vente - 2025

La formation en résumé

Quel est le lien entre performance commerciale et intelligence émotionnelle ? Les **neurosciences** ont déjà mis en évidence le rôle capital des émotions dans les décisions d'achat. L'intelligence émotionnelle est la capacité à raisonner et interagir avec les émotions (les siennes et celles des autres). Pour le commercial, il s'agit par exemple de ne pas se laisser déstabiliser par un client difficile, de pouvoir faire redescendre le stress lors d'une négociation à fort enjeu, de rester serein en possession de tous ses moyens face à n'importe quelle situation, d'observer son prospect sans jugement, de détecter ses frustrations, de savoir rebondir après un échec ...

Si vous vous reconnaissez dans l'une de ses situations et cherchez à **améliorer vos compétences émotionnelles face à vos clients**, cette formation avec mises en pratiques est faite pour vous

Objectifs :

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

- Identifier son propre fonctionnement émotionnel et comment il impacte ses comportements commerciaux et ses performances
- Utiliser des techniques pour accueillir ses émotions et son stress face à certaines situations ou interlocuteurs.
- Intégrer l'intelligence émotionnelle dans la relation commerciale, pour mieux vendre et pour mieux s'adapter aux situations clients

Participants :

- Commerciaux, business developers, chargés de clientèle, gestionnaires de relation client.
- Toute personne travaillant dans les domaines de la vente, de la négociation et de la gestion de la relation client.

Prérequis :

- Cette session ne nécessite aucun pré-requis particulier

1 435 €

(non assujetti à la TVA)

2 jours

(14 heures)

Mises en situation

Accès Mobile learning

Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Commercial : optimisez vos pratiques et performances

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 25/03, 26/03
- 19/05, 20/05
- 09/10, 10/10

Le contenu

Comprendre le concept d'Intelligence Emotionnelle (IE)

- Définir la notion d'IE, son origine, ses pilliers et ses mécanismes
- Prendre conscience de ses émotions , les reconnaître
- Mises en situation sur la palette des émotions et l'impact de nos émotions sur nos comportements commerciaux

Intégrer des outils clés de l'intelligence émotionnelle pour renforcer ses compétences interpersonnelles

- Apprendre des techniques pour accueillir son stress et ses émotions
- Favoriser le langage proactif au langage réactif dans ses techniques de vente
- Prendre en compte le langage corporel non-verbal dans l'expression des émotions
- Utiliser des intonations et des inflexions vocales rassurantes et convaincantes
- Utiliser l'empathie pour améliorer les relations avec les clients et autres acteurs du processus commercial

Utiliser l'intelligence émotionnelle dans la vente

- S'adapter aux profils émotionnels des clients en détectant leurs attentes et motivations d'achat
- Favoriser l'expression des émotions du client par le questionnement
- Pratiquer l'écoute active dans la relation clientèle, comme une véritable compétence
- Utiliser lest techniques de vente émotionnelle pour développer l'envie ou retenir la curiosité de vos clients
- Développer et gérer une relation clientèle de qualité et durable
- Tenir une posture empathique pour développer une relation de confiance

Acquérir des réflexes pour agir face à certaines situations stressantes et développer une relation clientèle de qualité et durable

- Apprendre à gérer ses émotions dans des situations de tension ou de conflit
- Agir face aux émotions négatives ou réactives de ses clients
- Identifier ses propres pistes de comportement à adopter face à l'agressivité, à la vexation et autres situations générant du stress
- ***Mises en situation basées sur le cas rencontrés par les participants***

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 10 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié.Les formateurs adhèrent à notre charte pédagogique « Agir et Apprendre ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations… Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Environnement pédagogique spécifique distanciel *:*

L'ensemble des outils utilisés pour l'animation de nos formations à distance regroupe les fonctionnalités permettant de recréer toutes les conditions d'une formation en présentiel : partage de documents, partage d'écran, individualisation de la prise de parole…

Les informations de connexion, comprenant les identifiants (login) et les mots de passe (mdp), sont fournies lors de la convocation à la formation.

Matériel requis :
Un ordinateur avec une connexion à Internet haut débit

Un microphone et une caméra pour faciliter les échanges en temps réel

Une adresse mail pour la réception du lien de connexion à la classe virtuelle

Un téléphone portable compatible avec la technologie 4G, au cas où une connexion de secours serait nécessaire

Nous nous engageons à fournir un environnement pédagogique convivial et efficace, tout en veillant à ce que nos participants aient accès aux outils et aux ressources nécessaires pour tirer le meilleur parti de nos formations à distance.