

MAÎTRISER LES TECHNIQUES DE VENTES BTOTB - NIVEAU 1.

Découvrez et maîtrisez les 7 réflexes gagnants de la vente, pour des entretiens réussis en face à face ou à distance.

Durée

14.00 heures (2.00 jours)

Profils des apprenants

Tous les professionnels non commerciaux, en entreprise (experts, ingénieurs, consultants...), et qui sont amenés à vendre eux-mêmes des offres et solutions auprès des prospects et clients en B2B.



Prérequis

- 1 an d'expérience professionnelle dans son métier.
- Être amené à vendre des offres et solutions auprès de prospects et clients en B2B, au sein de leur contexte professionnel.

Accessibilité et délais d'accès

Pour les personnes en situation de handicap, nous étudions les actions que nous pouvons mettre en place pour favoriser leur apprentissage à travers un questionnaire avant formation. Nous nous appuyons également sur un réseau de partenaires locaux.

Qualité et indicateurs de résultats

Taux de présence VS taux d'abandon, taux de satisfaction à chaud, taux de réussite à l'évaluation finale / jury d'évaluation.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES.

- Mettre en œuvre une démarche de prospection multicanale en B2B, en combinant prospection directe (réseau, événements, mises en relation) et outils digitaux (réseaux sociaux, emailing, outils d'aide type IA générative) afin de générer et qualifier des prospects. Mener un entretien de découverte B2B en créant la relation, en utilisant questionnement et écoute active, pour identifier les besoins, objectifs et contraintes du prospect/client, y compris les éléments liés à la RSE et à une situation de handicap le cas échéant, puis reformuler et valider la synthèse.
- Construire et conduire une argumentation commerciale B2B personnalisée, en s'appuyant sur les éléments de découverte et sur sa légitimité/expertise métier, en présentant bénéfices et avantages, en traitant les objections avec pédagogie, et en négociant des ajustements acceptables.
- Finaliser la vente B2B via une conclusion structurée, en reformulant les termes de l'accord, en validant explicitement l'accord et la satisfaction du client, en confortant sa décision, et en projetant les étapes suivantes du processus.
- Déployer un suivi personnalisé client en B2B, en évaluant la satisfaction dans un délai adapté, en contrôlant l'atteinte des résultats attendus, et en structurant une relation durable favorisant recommandations et ventes complémentaires

CONTENU DE LA FORMATION.

Module 1 : Cerner les Attentes Clients et le Parcours Client

Comprendre les nouveaux parcours d'achat B2B

- Identifier les évolutions du rôle des experts, ingénieurs et consultants dans la vente
- Intégrer les différentes étapes du processus de vente B2B
- Analyser les comportements d'achat et les attentes spécifiques des décideurs B2B
- Positionner son rôle commercial dans son contexte professionnel réel

Module 2 : Cibler son Client ou Prospect pour un Rendez-vous Utile

- Définir ses cibles et ses objectifs commerciaux de manière réaliste et opérationnelle
- Construire un plan de prospection multicanale B2B : prospection directe (événements, mises en relation, réseautage) prospection digitale (réseaux sociaux, emailing, social selling)
- Collecter et exploiter des informations via le digital : web, réseaux sociaux, CRM
- Utiliser les outils numériques et l'IA générative pour : identifier et qualifier des prospects préparer des messages personnalisés
- Structurer ses séquences de prospection
- Justifier ses choix de canaux selon son secteur, son offre et sa cible

Module 3: Contacter pour Encencer le Dialogue

- Créer une prise de contact positive et motivante
- Construire une accroche vendeuse adaptée au contexte B2B
- Créer une interaction professionnelle et engageante avec le client
- Installer une relation de confiance dès les premiers échanges
- Adapter sa posture commerciale à son profil d'expert non-commercial

Module 4 : Connaître les Besoins du Client pour Adapter son Offre

Explorer la situation globale et les besoins du client

- Identifier les objectifs, contraintes économiques, organisationnelles et techniques
- Prendre en compte les enjeux RSE du client dans la construction de l'offre
- Identifier les contraintes liées à une situation de handicap le cas échéant dans l'usage ou l'exploitation de l'offre
- Déterminer les motivations réelles d'achat
- Mettre en œuvre un questionnement structuré et des techniques d'écoute active
- Reformuler et valider la compréhension du besoin avant argumentation



Module 5 : Convaincre des Bénéfices de l'Offre pour Persuader d'Acheter

- Construire et présenter des arguments percutants
- Relier caractéristiques, avantages et bénéfices aux besoins identifiés
- Valoriser le prix par la valeur apportée
- Appuyer son discours par son expertise métier
- Traiter les objections avec pédagogie, sans contredire directement le client
- Mettre en œuvre une négociation équilibrée : concessions acceptables contreparties possibles recherche de solutions gagnant-gagnant

Module 6 : Conclure la Vente pour Emporter la Commande

- Identifier le bon moment pour conclure
- Reformuler clairement les termes de l'accord
- Faire exprimer l'accord et la satisfaction du client
- Rassurer et conforter le client dans sa décision
- Projeter le client sur les étapes suivantes du processus
- Formaliser les engagements mutuels

Module 7 : Consolider la Relation pour Mieux Fidéliser le Client

- Poursuivre l'expérience client après la vente
- Maintenir une présence commerciale pertinente auprès du client
- Structurer un processus de suivi personnalisé : évaluation de la satisfaction dans un délai adapté (appel, visite, etc.) contrôle de l'atteinte des résultats attendus
 - Favoriser les recommandations et les ventes complémentaires (upsell, cross-sell)
 - Adapter le suivi au contexte professionnel de l'apprenant

Module 8 : Structurer un processus de suivi des ventes en BtoB

- Introduction au pilotage du suivi commercial
- Suivi des activités des différents services (production, relation client, support)
- Présentation des outils et technologies de suivi des ventes : CRM outils de reporting outils de satisfaction client
- Exploiter les données commerciales pour améliorer la performance commerciale



ORGANISATION DE LA FORMATION.

Équipe pédagogique

Notre équipe pédagogique maîtrise l'ensemble des sujets proposés à la formation. Nous construisons nos programmes en identifiant les besoins en compétences des futurs apprenants et en collaboration avec nos experts métiers. Axio Formation repose sur une approche personnalisée pour chaque parcours professionnel.

Nous concevons des formations qualifiantes qui non seulement répondent à vos besoins spécifiques, mais vous préparent aussi à exceller dans votre domaine.

Pour tout besoin lié à la pédagogie, notre référente est Maud: maud.hoffmann@axio-formation.com

Pour tout besoin d'ordre administratif, notre référente est Emilie: emilie.vannieuwenborg@axio-formation.com

Pour toute inscription veuillez remplir le formulaire de contact sur notre site. Vous serez recontacté.e. par notre service commercial.

Délai d'accès : 3 semaines

- **Processus** : recueil de besoin, validation prérequis (Entretien et diagnostic initiaux pour adapter le parcours et valider le projet), devis/convention, convocation.

Moyens pédagogiques et techniques

- En présentiel : • Accueil des participants dans une salle dédiée à la formation • Documents supports de formation projetés • Etudes de cas concrets • Quizz et activités collectives en salle • Mise à disposition en ligne de documents supports à la suite de la formation
- En distanciel : • Classes virtuelles via l'interface Digiforma ou Livestorm • Support de formation partagé • Activités d'entraînement en synchrone

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles d'émargement
- Autoévaluation de niveau en début de formation et fin de formation
- Evaluations d'entraînement tout au long de la formation
- Questionnaire de satisfaction à chaud et à froid.

POUR LES FORMATIONS ÉLIGIBLES AU CPF.

Détails sur la certification :

Titre de la certification : Vente b2b

Nom certificateur : INEA Conseil

Code : RS 7330.

Date d'enregistrement : 27-10-2025

Détails sur la certification: Voir fiche EDOF Mon Compte Formation

Admission après entretien.

- En lien avec le cas d'un expert métier ayant besoin de trouver ses clients et de gérer de façon autonome ses activités de vente. La mise en situation professionnelle sera restituée sous forme d'un rapport écrit et d'une mise en situation professionnelle enregistrée (coefficent 2).

Frais de passage de la certification inclus dans le tarif.

En fin de parcours, les apprenants s'engagent à passer l'examen en vue de l'obtention de la certification

