Formation en commerce

Assimiler et utiliser les phases du cycle de vente

Public	Salariés, Organismes de formation, Demandeurs d'emploi
Prérequis	Aucun
DISPOSITIONS PRATIQUES	Effectif maximum : 12 participants
Modalités et délai d'accès	Inscription par téléphone, par mail ou via le site internet : au minimum 30 jours avant le démarrage de la session
Présentation de l'organisme de formation	Pourquoi devenir Organisme de Formation ? 1 - Pour transmettre une méthode qui fonctionne vraiment, j'ai conçu une méthode pédagogique testée et éprouvée sur le terrain pendant près de cinq ans. J'ai créé un organisme de formation non pas que pour former, mais également pour transformer. 2 - Pour offrir des formations différentes et efficaces : j'en ai eu assez des formations trop tard, trop théoriques et trop figées, mon approche est pratique, ancrée sur la réalité des TPE et PME. Je veux des résultats et non pas juste des contenus. 3 - Pour accompagner les professionnels : j'aide des personnes à prendre confiance, à oser, à progresser dans leur posture professionnelle. 4 - Pour être libre et fidèle à ma vision de la formation : créer mon organisme de formation, c'est aussi une manière d'être libre, de choisir des formats, les méthodes, et d'agir en cohérence avec mes valeurs. 5 - Si j'ai créé OPERA-FORMATION, c'est pour transmettre des outils qui marchent vraiment, et pour accompagner les professionnels avec bienveillance et exigences. Je suis convaincu que chacun peut réussir, à condition d'avoir la bonne méthode et le bon accompagnement. 6 - Pourquoi OPERA-FORMATION ? Il m'est arrivé plus jeune d'assister à un opéra sans que l'on m'ait donné les clés pour comprendre l'histoire, ce qui est dommage puisque le déroulé de la musique était beau et la partition était bien jouée. Tout comme un bel opéra, le cycle d'une belle vente ne peut être compris si l'on ne connaît pas les clés qui permettent de comprendre le bon déroulé de tout le cycle de la vente. Mon slogan : "L'échec n'est pas une option, ce n'est pas du marketing, c'est mon moteur".
Objectifs	Connaitre et appliquer des techniques de vente efficaces, simples et directement applicables pour booster les résultats commerciaux.

Contenu de la formation	Programme détaillé : - **L'amorce**, centrée sur la prise de contact téléphonique et physique. - Posture, langage non verbal, mots-clés d'accroche, lecture des signaux d'ouverture/fermeture. - **Découverte** : écouter, questionner, observer. - Objectifs : écoute active. - Contenus : types de questions, techniques de reformulation. - Réalisation d'une grille de reformulation personnalisée. - **L'argumentation** avec cohérence des arguments. - **Le traitement des objections** : accueillir, comprendre, répondre avec méthode. - **La proposition commerciale**, sa structure et son impact. - **La conclusion de la vente** : signaux d'achat, techniques douces de closing. - **La fidélisation client.** - M**ises en situation complètes** en conditions réalistes avec feedback. - Élaboration d'un **plan d'action commercial personnel**, basé sur diagnostic et planification SMART. - L'évaluation finale mesure les acquis, favorise la prise de recul et valorise les progrès.
Modalités pédagogiques	**Moyens pédagogiques :** - les supports papier : leur création est simple et ne nécessite pas de plate-forme ou de logiciels. - des cartes et fiches : des fiches de couleur verte ou rouge pour des jeux, info–intox. - étude de cas : elle favorise l'analyse de situation commerciale, réelle ou fictive et le développement de l'esprit d'analyse et de prise de décision. - jeux de rôle : incontournable en commerce–vente, il permettent de jouer des situations professionnelles. - mises en situation : elles permettent une auto évaluation et sont utiles pour travailler le langage corporel. - débriefing : il est essentiel pour progresser. **Méthodes :** Théorique et principalement active **Modalités :** Présentiel Point en amont de la formation avec restitution du besoin client. Point en fin de journée de formation, recueil des impressions, régulation sur les autres journées en fonction de l'évolution pédagogique. Évaluation à chaud en fin de formation, débriefing sur l'écart éventuel, formalisation d'une régulation sur les points soulevés.
Durée	Durée totale : 2 jours soit 14 heures
Dates	Dates à convenir avec le client

Lieu(x)	Chez le client ou dans une salle louée à cet effet
Coût par participant	Prix : Sur devis
Accessibilité	Un entretien préalable sera mis en place pour aménager au mieux la formation avec votre handicap. Nos intervenants savent adapter leurs méthodologies pédagogiques en fonction des différentes situations d'handicap. Contact référent handicap : Michel Collignon, michel@opera-formation.fr
Responsable de l'action, Contact	Michel COLLIGNON, michel@opera-formation.fr
Formateur	Michel Collignon : De formation initiale technique au départ, J'ai commencé ma carrière en travaillant dans la maintenance chez Peugeot Citroën. Mais très vite, j'ai ressenti le besoin de mieux comprendre l'humain, je me suis payé mes propres études pour devenir comportementaliste. J'ai suivi ce cursus complet avec la soutenance d'un mémoire au centre d'études de recherche de formation, psychologie appliquées de Nice. Puis après, je me suis intéressé au domaine du commerce. Cela fait maintenant plus de 30 ans que je baigne dans ce domaine. J'ai commencé ma carrière, entouré de personnes compétentes qui ont su m'apprendre dès le départ les bonnes méthodes de travail pour comprendre ce métier. Puis, au fil des années, j'ai évolué exerçant aussi bien en B2C, et en B2B, ce qui m'a amené à suivre des dizaines de formations sur les techniques de vente dont la toute dernière en date qui s'est déroulée sur un an qui était purement théorique.
Suivi de l'action	Mise en place d'outils permettant de vérifier la réalité du suivi de la formation par les stagiaires *(émargement par les stagiaires et le formateur*). Une attestation de compétences et un certificat de réalisation seront remis à chaque stagiaire
Evaluation de l'action	Évaluation sur le degré d'acquisition des compétences *(mise en situation)*. Évaluation de la prestation de formation **« à chaud »** en fin de formation.
Indicateurs de résultats et de performance	Taux de satisfaction : * Taux de réussite aux évaluations des acquis : * *Les données seront mises à jour en janvier 2026