

CATALOGUE 2025-2026

Faites monter vos équipes en compétences





TABLE DES MATIERES

Nous réalisons des formations 100% sur-mesure	2
Aiguiser ses réflexes de Dirigeants et Managers sur les sujets à risques en droit du travail	3
L'entretien commercial gagnant	4
Structurer et déployer sa démarche commerciale	5
Salons gagnants : Réussir, fidéliser et rentabiliser chaque participation	6
Une commercialisation de proximité	7
Le savoir-être relationnel du commercial itinérant	8
Litige client : transformer la difficulté en levier de fidélité	9
Commercial terrain efficace : Planification, suivi et performance commerciale	10
L'accompagnement terrain : transformer chaque visite en performance	11
Construire une trame commerciale efficace et transformer ses prospects en clients	13
De la découverte au closing : maîtriser l'entretien de vente	14
Prospecter des professionnels et des particuliers pour trouver des nouveaux clients	15
Donner une bonne image de mon entreprise en intervention client	16
Les clés du succès commercial : cycle de vente et fidélisation	17
Key Account Management : vendre, fidéliser et créer de la valeur avec ses clients stratégiques	19
Maîtriser le cycle de vente et piloter sa performance commerciale	21
De la négociation à la rentabilité : conclure des accords durables	22
Fidélisation client : maximiser la valeur et créer des ambassadeurs	23
Closing commercial : transformer les opportunités en ventes	25
Aiguiser ses réflexes de Dirigeants et Managers sur les sujets à risques en droit du travail	26
Gérer le processus de recrutement et l'embauche d'un collaborateur	27
Maîtriser les dispositions de la convention collection du N°3216	28

EDITORIAL



 **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante :

ACTIONS DE FORMATION

Monter en compétences pour répondre aux exigences de demain avec AFENBAT.

Dans un monde où les compétences évoluent à grande vitesse, investir dans la formation est devenu un levier stratégique. Selon le rapport Future of Jobs 2025 du World Economic Forum, plus de la moitié des compétences sont appelées à changer ou à évoluer fortement d'ici à 2030.

C'est pourquoi AFENBAT vous propose des opportunités de formation, et de perfectionnement dans un monde en perpétuelle mutation. L'acquisition et le partage de savoirs favorisent l'innovation et la croissance. Sans oublier l'épanouissement professionnel de vos collaborateurs qui se sentiront compétents et valorisés dans leur travail.

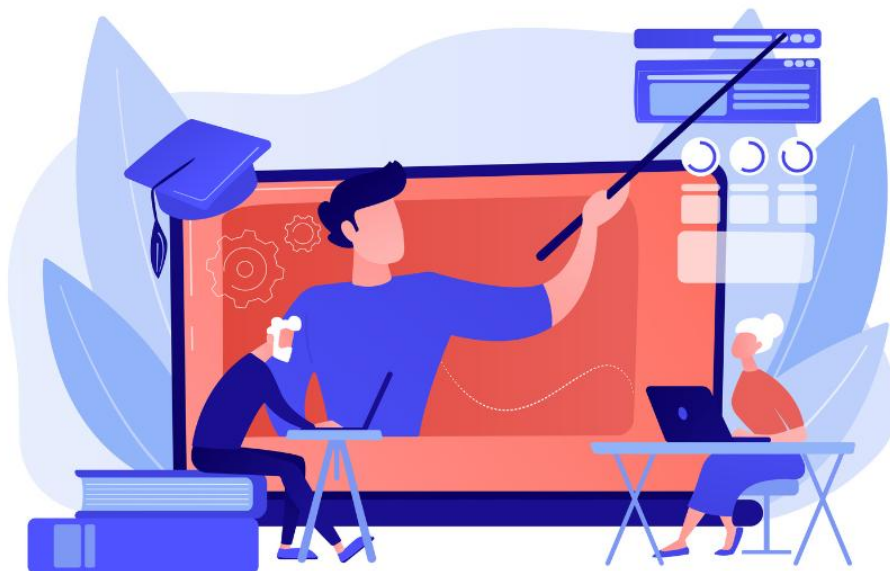
Nos formations peuvent être organisées en présentiel ou à distance, et nous créons également des programmes sur-mesure adaptés à vos besoins spécifiques. La formation peut être réalisée dans les 1 mois dès la prise de contact avec Afenbat.

La certification Qualiopi obtenue par Afenbat vous garantit la qualité des formations qui seront mises en place, et l'accès au financement par votre OPCO.

Accessibilité : Les formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Merci de prendre contact avec le référent handicap Maxence GAVELLE : mgavelle@afenbat.fr

Nous réalisons des formations 100% sur-mesure



Parce que chaque organisation est unique, nous construisons des formations adaptées à vos besoins, vos enjeux et votre culture d'entreprise.

Vos collaborateurs peuvent rencontrer des difficultés spécifiques ou avoir besoin de développer de nouvelles compétences ciblées. Notre mission est de concevoir avec vous un parcours de formation qui leur permettra de progresser pleinement et de révéler leur potentiel.

Tout commence par l'écoute : nous interrogeons vos équipes afin de comprendre leur quotidien, leurs défis et leurs attentes. À partir de ces échanges, nous élaborons un programme sur-mesure, en cohérence avec vos objectifs.

Nos formations peuvent être organisées :

- **En présentiel**, dans vos locaux ou ceux de la FDMC
- **En distanciel**

🔗 Apportez-nous vos thématiques, vos problématiques et vos envies : nous les transformons en formations concrètes, efficaces et adaptées à votre réalité.

Plus infos : Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

Aiguiser ses réflexes de Dirigeants et Managers sur les sujets à risques en droit du travail

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise

Objectifs pédagogiques

- Maîtriser le rôle du référent harcèlement sexuel et agissements sexistes
- Définir le harcèlement sexuel et les violences sexistes et sexuelles
- Maîtriser le cadre légal
- Maîtriser la procédure pour signaler un harcèlement
- Adopter la bonne attitude pour recevoir un signalement

PUBLIC VISE : référent. e harcèlement moral et sexuel, DRH, chargé. e RH, assistant. e RH

PRE-REQUIS : avoir des connaissances en droit du travail

INTERVENANT : avocat

DUREE : 7 heures sur 1 journée

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation en cas d'harcèlement sexuel

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter

Programme

1. L'embauche

- Les différentes formes de contrats de travail et les choix judicieux en la matière en brisant les idées reçues
 - Les clauses importantes et stratégiques du contrat de travail : clause de période d'essai, clause de non-concurrence, clause de non-sollicitation de clientèle, clause d'exclusivité, clause de mobilité, clauses d'objectifs et de variable, clause de dédit-formation.
 - Focus sur le statut spécifique du mandataire social
- Statut moins protecteur que le salariat.
- Les éléments à négocier au moment du recrutement pour renforcer la sécurisation du mandataire social et anticiper les conséquences de sa révocation

2. La vie du contrat de travail

- La distinction entre changement des conditions de travail et modification du contrat
- L'organisation moderne du travail et les risques en découlant
- Focus sur les risques en matière de harcèlement moral et harcèlement sexuel/agissements sexistes

3. La rupture du contrat de travail & la sécurisation de la sortie

- La rupture d'un CDD
- La gestion de la rupture du contrat de travail à l'initiative du salarié
- La gestion de la rupture du contrat de travail à l'initiative de l'employeur
- La gestion de la rupture amiable du contrat de travail

L'entretien commercial gagnant

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise



Objectifs pédagogiques

- Être efficace lors de mes entretiens de commercialisation
- Être en accord avec ma posture "naturelle" et passer plus facilement à l'action
- Savoir vraiment négocier
- Vivre des relations paritaires
- Augmenter mes taux de transformation
- Percevoir le positif dans tous les entretiens peu importe la conclusion (vente ou non)

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Aucun

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 7 heures sur 1 journée

NOMBRE DE STAGIAIRES : 8 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation réelle

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Programme

1. Apports fondamentaux :

- Comprendre comment j'achète pour mieux vendre
- La notion de besoin : mécanique et fonctionnement
- La demande, un indicateur de l'expression du besoin

2. Entraînement avec mise en situation et débrief :

- Exercices à partir d'un exemple proposé par le formateur

3. Apports fondamentaux :

- Le processus de l'entretien de commercialisation
 - Les différentes étapes
 - Le sens, l'intention et la mise en œuvre

4. Entraînement avec mise en situation et débrief

- Exercices à partir de situations réelles vécues par les participants
- Élaboration de mon guide d'entretien de vente, étape par étape.

5. Atelier de co-développement :

- Expression des enjeux liés aux entretiens que je réalise
- Enrichissement par le groupe et par le formateur

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter

Structurer et déployer sa démarche commerciale

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise



Objectifs pédagogiques

- Déterminer les axes de développement de mon activité
- Répertorier les actions à mettre en place
- Avoir une stratégie à la hauteur de mes ambitions
- Donner du sens aux actions commerciales

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Aucun

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 7 heures sur 1 journée

NOMBRE DE STAGIAIRES : 8 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter

Programme

1. Apports fondamentaux :

- Une méthode pour caractériser une vision de développement
- Les liens avec le sens, les valeurs, l'ambition
- Concrétisation de la vision en plan d'action commercial :
 - Les objectifs : Comment obtenir un résultat à la hauteur de mes ambitions ?
 - Les choix (secteur, cible, stratégie de prix) : A qui vendre et où ?
 - La tactique (les moyens) : Comment m'y prendre ?
- Mes systèmes de prospection et de communication
- Présentation de la notion de gestion des flux :
 - Processus et étapes à prendre en compte : génération, traitement, suivi des flux
 - Comment sont gérés les flux de ma structure ?
 - Comment traiter les flux pour plus d'efficacité ?

2. Entraînement avec mise en situation et debrief

Exercice de projection du développement de ma structure à moyen et long terme : prévoir la vente comme on prévoit la production

Élaboration de mon propre plan d'action commercial au regard de ma vision

Atelier de co-développement



Salons gagnants :

Réussir, fidéliser et rentabiliser chaque participation

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise

Objectifs pédagogiques

- Réussir mon salon
- Entretenir mon portefeuille clients grâce au salon
- S'assurer de l'intérêt et de la rentabilité de mon salon
- Percevoir toutes les opportunités d'un salon

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Aucun

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 7 heures sur 1 journée

NOMBRE DE STAGIAIRES : 8 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Programme

Les enjeux de l'investissement d'un stand au service de ma stratégie commerciale

Comment mon salon s'intègre-t-il dans mon plan de prospection et de communication ?

1. Éléments de préparation :

- Rappel des objectifs du salon
- Anticipation du flux de visiteurs
- Préparation des documents de communication et de gestion des rencontres
- Préparation de l'approche et du discours

2. Action :

- Accueil : une démarche douce et active
- Prise de conscience des conséquences liées à mon expression et mon intention
- Spécificités de la communication sur un salon (verbales et comportementales)

3. Phase de découverte

- Acquisition de réflexes et méthodes pour initier l'étape suivante (préparation du suivi commercial)
- Les opportunités hors du stand

4. Suivi :

- Traitement de l'information
- Prochaines étapes de mon suivi commercial
- Mesure de l'efficacité et de la rentabilité de mon salon
- Rapport environnemental du salon (concurrents, fournisseurs, partenaires)

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter



Une commercialisation de proximité

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise

Objectifs pédagogiques

- Déterminer les choix nécessaires à une commercialisation locale
- Répertorier les actions à mettre en place
- Appréhender les différentes étapes d'une stratégie commerciale locale

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Aucun

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 7 heures sur 1 journée

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Programme

1. Apports fondamentaux :

- Les choix stratégiques
 - Volume, secteur, cible : Qui dois-je rencontrer et où ?
- Pitcher local
 - La notion de pitch local :
 - Mécanisme de fonctionnement
 - Les différentes situations
 - Les éléments de forme et de fond
 - Les objectifs et la durée du pitch (notion de briques)
 - Les liens avec le sens, les valeurs, l'ambition

2. Construire un plan de commercialisation local

- Comment mes actions de prospection s'intègrent-elles dans ma stratégie globale ?
- Les différents systèmes de prospection et de communication :
 - Du porte-à-porte au phoning en passant par les réseaux sociaux et le web, quel est le système le plus adéquat ?
 - Comment choisir le ou les systèmes de prospection qui me correspondent ?

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter

Le savoir-être relationnel du commercial itinérant

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise



Objectifs pédagogiques

- Mettre en place un relationnel gagnant avec mes clients.
- Soigner mon relationnel avec mes collègues de travail.
- Maîtriser la qualité de mon relationnel avec la direction.
- Savoir se servir de mes fournisseurs grâce à mon relationnel.

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Aucun

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 8 heures sur 1 journée

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter

Programme

1. Le relationnel avec les clients.

- Les différentes attentes de mes clients.
- Je me place en relation de force.
- J'entretiens une relation strictement professionnelle.
- La dérive vers une relation amicale.

2. Le relationnel avec mes collègues.

- Les raisons de bien travailler le relationnel avec ses collègues.
- Les actions de mon relationnel avec mes collègues de travail.

3. Le relationnel avec ma direction.

- Les raisons de bien travailler le relationnel avec ma direction.
- Les actions de mon relationnel avec ma direction.

4. Le relationnel avec mes fournisseurs.

- Les raisons de bien travailler le relationnel avec mes fournisseurs.
- Les actions de mon relationnel avec mes fournisseurs.



Litige client : transformer la difficulté en levier de fidélité

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise

Objectifs pédagogiques

- Mettre en place un relationnel gagnant avec mes clients.
- Soigner mon relationnel avec mes collègues de travail.
- Maîtriser la qualité de mon relationnel avec la direction.
- Savoir se servir de mes fournisseurs grâce à mon relationnel.

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial, juriste, chargé.e RH

PRE-REQUIS : Aucun

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 8 heures sur 1 journée

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter

Programme

1. Le savoir-être dans la gestion des litiges clients

- Les attitudes clés : écoute active, empathie, assertivité.
- Préserver la qualité de la relation malgré le contexte conflictuel.

2. Les enjeux du traitement du litige

- Comprendre le litige comme levier de fidélisation et non comme un simple problème à résoudre.
- Identifier les impacts financiers, commerciaux et relationnels d'une mauvaise gestion du litige.

3. Les attitudes à éviter et les comportements à adopter

- Les pièges : justification excessive, minimisation, agressivité passive...
- Les bonnes pratiques : reformulation, proposition de solution, transparence.
- Trouver l'équilibre entre satisfaction client et respect des contraintes de l'entreprise.

4. La méthodologie du traitement du litige

- La prise en compte du litige : recueillir les faits, clarifier la situation.
- Le traitement : analyser, prioriser et agir rapidement.
- La résolution : proposer une solution claire et acceptable pour les 2 parties.
- La communication interne : savoir alerter et impliquer collègues, direction, fournisseurs.

5. La valorisation du traitement des litiges

- Transformer l'expérience négative en preuve de professionnalisme.
- Valoriser la gestion des litiges comme vecteur de confiance et de fidélité.



Commercial terrain efficace : Planification, suivi et performance commerciale

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise

Objectifs pédagogiques

- Maîtriser la planification de mes actions.
- Mettre en place mes outils de reporting.
- Savoir utiliser à bon escient ses outils de reporting.
- Préparation efficace de mes rendez-vous

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Aucun

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 8 heures sur 1 journée

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Programme

1. L'organisation des actions du commercial itinérant par la planification.

- Le but d'une bonne planification.
- Les actions à planifier.
- Les outils d'une bonne planification.

2. Le reporting d'activité ; outil indispensable de l'organisation du commercial itinérant.

- Un moyen d'échange fonctionnel et pérenne entre la direction et le commercial.
- Le contenu factuel d'un reporting d'activité.
- La mise en place et l'utilisation de mes outils de reporting.
- Tableau de bord : rotation stocks clients, délais livraison

3. Parfaire la préparation de mes RDV.

- Prise de connaissance de mon dernier rapport de visite.
- Le choix de mon sujet de visite.
- Anticiper ma prochaine visite.
- Analyse de la consommation historique du client
- Préparation d'argumentaires techniques selon les projets
- Anticipation des besoins selon l'avancement chantier
- Check-list matériaux complémentaires à proposer

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter



L'accompagnement terrain :

transformer chaque visite en performance

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise

Objectifs pédagogiques

- **Savoir préparer son accompagnement terrain.**
- **Connaitre les différents objectifs d'un accompagnement terrain.**
- **Valoriser ces accompagnements terrain.**

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Aucun

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 8 heures sur 1 journée

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter

Programme

1. Préparer son accompagnement terrain

- Définir un objectif clair (formation, coaching, appui opérationnel, évaluation).
- Programmer en tenant compte de la régularité et des besoins spécifiques de chaque commercial.
- Préparer les outils et grilles d'observation.
- Savoir communiquer en amont avec le commercial sur l'objectif et les modalités de l'accompagnement.

2. Les fondamentaux de l'accompagnement terrain

- Les postures clés : observateur, coach, formateur, partenaire.
- Les règles de communication et de respect de la relation.
- La posture de bienveillance et d'exigence.

3. Le déroulé de l'accompagnement terrain

- Observer et analyser les pratiques commerciales en situation réelle.
- L'accompagnement « formation » : apporter des connaissances et méthodes.
- L'accompagnement « appui » : soutenir sur des situations commerciales concrètes.
- L'accompagnement 'perfectionnement' : faire progresser les plus expérimentés.
- Ajuster sa posture en fonction de la situation.

4. Le débrief immédiat (« à chaud »)

- Techniques de feedback constructif : valoriser les réussites et identifier les axes d'amélioration.
- Encourager l'auto-évaluation du commercial.
- Fixer ensemble des objectifs concrets de progression.



L'accompagnement terrain : transformer chaque visite en performance

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise

Objectifs pédagogiques

- **Savoir préparer son accompagnement terrain.**
- **Connaitre les différents objectifs d'un accompagnement terrain.**
- **Valoriser ces accompagnements terrain.**

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Aucun

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 8 heures sur 1 journée

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

SUITE Programme

5. Le suivi et la valorisation de l'accompagnement

- Formaliser un rapport ou une trace écrite alignée avec les objectifs fixés
- Proposer un plan de progression individuel.
- Partager les bonnes pratiques au sein de l'équipe commerciale.
- Inscrire les accompagnements dans une dynamique collective et long terme.

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter



Construire une trame commerciale efficace et transformer ses prospects en clients

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise

Objectifs pédagogiques

- Produire une trame commerciale pour vendre ses produits et traiter les objections clients
- Maîtriser les techniques de questionnement, d'argumentation et de validation pour convaincre différents profils clients et transformer un prospect en client.

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Aucun

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 7 heures sur 1 journée

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Programme

1. Produire une trame commerciale pour vendre ses produits

- Expliquer les différentes étapes lors d'un rendez-vous prospect
- Travailler son entrée, son accroche et l'ice breaker (bris de glace)
- Maîtriser les étapes et le cheminement d'une vente
- Identifier les CAB et CAP « caractéristiques, avantages, bénéfices - preuves » de son offre pour valoriser ses produits
- Définir un profil client SONCASE
- Créer des arguments percutants et personnalisés face à son profil client
- Adapter une trame commerciale face aux différents profils
- Utiliser les validations lors des rendez-vous et sortir des "oui"
- Colliger un maximum d'informations pour proposer de la vente additionnelle (Cross-selling & up-selling)
- Transformer un rendez-vous prospect en rendez-vous client (jeu de rôle)
- Réassurer sa vente

2. Produire une trame commerciale pour vendre ses produits

- Expliquer les différentes étapes lors d'un rendez-vous prospect
- Travailler son entrée, son accroche et l'ice breaker (bris de glace)
- Maîtriser les étapes et le cheminement d'une vente

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter



De la découverte au closing : maîtriser l'entretien de vente

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise

Objectifs pédagogiques

- Structurer sa trame de vente
- Mener une découverte client efficace
- Traiter les objections
- Défendre son prix
- Savoir conclure un rendez-vous client (closing)

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Aucun

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 14 heures sur 2 journées

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter

Programme

1. Fondamentaux de la vente et trame commerciale

- Construire une trame commerciale efficace : les étapes clés d'un entretien de vente (modèle complet de trame)
- Les moments décisifs du 1er contact. Focus: 1er contact, 4x20, prise de confiance, reformulation
- Mener une découverte client impactante. Méthodes CQQCOQCP et SONCAS pour identifier besoins et motivations profondes.
- Construire un argumentaire percutant. Méthodes CAP et CAB pour transformer les caractéristiques en bénéfices concrets.

2. Objections, prix et conclusion

- Les objections : du blocage à l'opportunité. Typologie des objections + techniques de traitement et verrouillage.
- Défendre son prix. Posture, valorisation et techniques pratiques (CAP & sandwich).
- Conclusion et closing. Savoir repérer les signaux d'achat, oser conclure, sécuriser l'engagement.
- La relation post-signature et la fidélisation. Comment consolider le lien après la conclusion et préparer la vente additionnelle



Prospecter des professionnels et des particuliers pour trouver des nouveaux clients

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise

Objectifs pédagogiques

- Prospecter des particuliers et des professionnels pour gagner de nouveaux clients
- Développer des techniques de communication commerciale adaptées

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Aucun

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 7 heures sur 1 journée

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Programme

1. Optimiser son temps en préparant sa prospection en amont

- Comprendre le rôle et l'intérêt de la prospection téléphonique et physique en entreprise
- Définir un Persona (prospect idéal) adapté à son produit
- Récupérer des datas en utilisant des logiciels spécifiques
- Préparer un sourcing qualifié (Veille) en s'informer sur les réseaux professionnels ou sur internet
- Construire un fichier de prospection après avoir planifier et organiser son temps
- Construire un argumentaire téléphonique et physique
- Anticiper les objections téléphoniques.

2. Evacuer ses freins psychologiques et lancer sa prospection au téléphone et physiquement

- Comprendre les peurs et les doutes en prospection
- Se conditionner et se donner les bonnes raisons
- Travailler son accroche commerciale en personnalisant son discours
- Utiliser un plan de découverte client stratégique en physique ou au téléphone
- Travailler son entrée et se centrer sur la confiance du prospect

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter



Donner une bonne image de mon entreprise en intervention client

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise

Objectifs pédagogiques

- Donner une bonne image de son entreprise en intervention client
- Satisfaire et fidéliser le client en intervention

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Aucun

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 7 heures sur 1 journée

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter

Programme

1. Optimiser et Réussir sa première impression

- Comprendre l'importance des premiers instants de la relation avec les clients
- Savoir créer un climat de confiance et rassurer son interlocuteur
- Les règles des 4 x 20 (geste, secondes, centimètre, mot)

2. Adopter des comportements améliorant la relation commerciale avec les clients en interventions)

- Renforcer les réflexes d'une relation client au service de l'image de l'entreprise
- Valoriser sa présentation physique
- Soigner son DIVAS : Débit, Intonation, Volume Articulation, Sourire et la formulation positive
- Gérer efficacement la prise en charge du client : Disponibilité, regard, Sourire, bonjour, Au revoir et Merci
- Adapter son schéma de communication (verbal, non-verbal et paraverbal)
- Travailler son écoute active, la reformulation

3. Savoir créer un climat de confiance au service de l'image de l'entreprise

- Expliquer l'intervention avec les bons mots
- Lier la satisfaction à la fidélisation
- Rassurer le client pour le satisfaire
- Expliquer le résultat
- Projeter de la vente additionnelle par un questionnement stratégique
- Gérer un litige client



Les clés du succès commercial : cycle de vente et fidélisation

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise

Objectifs pédagogiques

- Optimiser l'utilisation d'un CRM
- Définir une stratégie de ciblage pertinente (clients idéaux, segmentation).
- Conduire efficacement un entretien de vente
- Maîtriser le cycle de vente

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Aucun

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 14 heures sur 2 journées

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter

Programme

1. Maîtriser le cycle de vente

- Comprendre les étapes clés : avant-vente, vente, après-vente.
- Savoir organiser son activité en fonction de ses objectifs commerciaux.
- Construire un pitch percutant (elevator pitch) centré sur le client.

2. Exploiter le CRM comme levier de performance

- Structurer et enrichir les données clients et prospects (segments, historique, contacts).
- Suivre les opportunités : CA prévisionnel, probabilité de signature, étapes du cycle.
- Piloter son activité avec des tâches planifiées, un suivi des interactions et un reporting efficace.

3. Réussir sa prospection et son marketing direct

- Définir son positionnement et ses cibles.
- Déployer une stratégie de prospection multicanale (phoning, salons, social selling).
- Créer des campagnes d'e-mailing efficaces et analyser les indicateurs clés (taux d'ouverture, clics, désabonnements...).

4. Conduire l'entretien de vente et conclure

- Préparer efficacement ses rendez-vous.
- Identifier les besoins, traiter les objections et valoriser sa proposition.
- Négocier dans une logique de valeur et réussir le closing.

Les clés du succès commercial : cycle de vente et fidélisation

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise



Objectifs pédagogiques

- Optimiser l'utilisation d'un CRM
- Définir une stratégie de ciblage pertinente (clients idéaux, segmentation).
- Conduire efficacement un entretien de vente
- Maîtriser le cycle de vente

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Aucun

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 14 heures sur 2 journées

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter

Suite Programme

5. Identifier et convaincre les acheteurs clés

- Différencier les rôles : décideur économique, utilisateurs, techniciens, coachs.
- Adapter son discours et sa stratégie à chaque profil d'interlocuteur.
- Obtenir des relais internes pour sécuriser la vente.

6. Développer ses Soft Skills commerciaux

- Améliorer son écoute active et sa communication interpersonnelle.
- Adopter une posture de partenaire-conseil pour instaurer la confiance.
- Développer son assertivité et sa capacité d'adaptation.

7. Garantir et suivre le succès de ses clients

- Intégrer la démarche de Customer Success Management.
- Fidéliser et transformer ses clients en ambassadeurs.
- Développer le portefeuille via l'Account Management (renouvellements, upsell, cross-sell).

8. Construire et piloter un Plan d'Actions Commerciales

- Analyser son marché : PESTLE, SWOT, 5 forces de Porter, analyse concurrentielle.
- Élaborer un plan d'actions structuré et adapté aux objectifs.
- Définir et suivre des indicateurs de performance commerciale.



Key Account Management : vendre, fidéliser et créer de la valeur avec ses clients stratégiques

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise

Objectifs pédagogiques

- Apprendre à négocier des accords équilibrés et bénéfiques pour toutes les parties
- Élargir son réseau d'alliance et d'influence.
- Définir et mettre en œuvre une stratégie pour développer son activité, conquérir de nouveaux marchés et fidéliser sa clientèle.

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Aucun

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 21 heures sur 3 journées

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter

Programme

1. Le Key Account Management (KAM)

- Comprendre la différence entre Account Management et KAM
- Identifier les bénéfices concrets d'une démarche KAM pour l'entreprise et ses clients.
- Passer d'une logique transactionnelle à une logique de partenariat stratégique.

2. Les Key Accounts

- Définir les critères de sélection des clients stratégiques.
- Réaliser une analyse stratégique d'un Key Account (PESTLE, SWOT, VRIO).
- Utiliser les outils d'analyse concurrentielle (5 forces de Porter) pour positionner ses comptes clés.

3. Le Key Account - se positionner

- Mettre en place un processus de définition du Key Account Plan.
- Déterminer les objectifs et indicateurs via la Balanced Scorecard.
- Élaborer un plan d'action clair et mesurable.
- Anticiper et gérer le changement dans la relation avec le client.

4. Le Key Account-définir une stratégie

- Faut-il mettre en œuvre une stratégie KAM ?
- Approche collaborative, semi collaborative, non-collaborative

5. Le Key Account Management – Les compétences

- Comprendre et maîtriser la vente complexe (multiples acteurs, cycles longs)
- Identifier et gérer les signaux d'alerte et les points d'appui pour sécuriser la relation.



Key Account Management : vendre, fidéliser et créer de la valeur avec ses clients stratégiques

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise

Objectifs pédagogiques

- Apprendre à négocier des accords équilibrés et bénéfiques pour toutes les parties
- Élargir son réseau d'alliance et d'influence.
- Définir et mettre en œuvre une stratégie pour développer son activité, conquérir de nouveaux marchés et fidéliser sa clientèle.

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Aucun

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 21 heures sur 3 journées

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Suite Programme

- Développement de ses compétences relationnelles et stratégiques pour piloter un compte clé

6. Le Key Account Manager

- Rôle et posture du Key Account Manager : de vendeur à partenaire stratégique.
- Les compétences clés : écoute, analyse, gestion de la complexité et influence.
- Développer sa crédibilité et instaurer une relation de confiance durable avec ses clients stratégiques.

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter



Maîtriser le cycle de vente et piloter sa performance commerciale

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise

Objectifs pédagogiques

- Analyser les comportements des clients afin d'adapter son discours et sa posture à leurs attentes et à leur profil.
- Conduire chaque phase du cycle de vente, de la préparation en amont jusqu'à la conclusion de l'accord.
- Développer ses compétences commerciales pour réussir ses ventes

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Résumer et Expliquer les services proposés par l'entreprise

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 14 heures sur 2 journées

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Programme

1. Le cycle de vente

- Evaluation de son positionnement

2. Le CRM

- L'entreprise
- Le contact
- L'opportunité et les tâches

3. La prospection

- L'e-mailing
- La vente: Comment se préparer aux premiers rendez-vous ?

4. Les acheteurs clés

- Identifier tous les acheteurs clé pour l'objectif unique de vente
- Le décideur économique : le retour sur l'investissement qu'il fait, l'impact de la solution
- Les utilisateurs jugent l'impact de la solution sur la performance de leur travail
- Les techniciens : choix des fournisseurs potentiels
- Les coachs : guider le long du cycle de vente

5. Les Soft Skills

- Le commercial est un partenaire du client
- La négociation finale

6. Garantir et suivre le succès de ses clients

- Le Plan d'Actions Commerciales
- Les 3 étapes : Analyser, Elaborer, Piloter

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter

De la négociation à la rentabilité : conclure des accords durables

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise



Objectifs pédagogiques

- Maîtriser les techniques de négociation pour défendre ses marges sans dégrader la relation client.
- Valoriser l'offre et démontrer le prix comme reflet de la qualité et de la valeur ajoutée.
- Sortir d'une impasse ou d'une crise de négociation tout en préservant la relation

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Résumer et Expliquer les services proposés par l'entreprise

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 7 heures sur 1 journée

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter

Programme

1. Préparation de la négociation

- Définir ses objectifs, ses marges de manœuvre et ses limites.
- Identifier les leviers de valeur pour défendre son prix.
- Anticiper les arguments et objections du client.

2. Les techniques de négociation gagnant-gagnant

- Comprendre les besoins réels du client.
- Savoir écouter, reformuler et influencer.
- Construire un accord qui maximise la valeur pour les deux parties.

3. Défense des prix et valorisation de l'offre

- Argumenter la valeur ajoutée de l'entreprise et des services.
- Transformer une objection prix en opportunité de différenciation.
- Raconter la valeur (storytelling commercial).

4. Gestion des demandes de remise

- Les réponses possibles : alternatives, contreparties, concessions maîtrisées.
- Techniques de résistance à la pression client.

5. Négociation des conditions financières

- Paiement, délais, services additionnels : savoir négocier au-delà du prix.
- Trouver l'équilibre entre souplesse et rentabilité.

6. Sortie de crise en négociation

- Gérer une impasse ou un blocage sans perdre la relation.
- Techniques pour conclure en contexte difficile.

7. Contractualisation et validation des accords

- Formaliser les engagements pour éviter les litiges.
- Sécuriser la mise en œuvre



Fidélisation client : maximiser la valeur et créer des ambassadeurs

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise

Objectifs pédagogiques

- Développer une stratégie de fidélisation client efficace et durable
- Maximiser la valeur vie client (Customer Lifetime Value) par des actions ciblées.
- Anticiper les risques de perte client grâce à la détection de signaux faibles.
- Développer des ventes additionnelles en capitalisant sur la relation existante

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Résumer et Expliquer les services proposés par l'entreprise

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 7 heures sur 1 journée

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter

Programme

1. Analyse de la satisfaction client

- Mesurer la satisfaction et identifier les leviers d'amélioration.
- Comprendre les attentes et les besoins évolutifs des clients.
- Outils et indicateurs clés (NPS, taux de réachat, churn...).

2. Mise en place d'un suivi client structuré

- Organisation et outils pour un suivi régulier.
- Plan de contact client : fréquence et qualité des interactions.
- Du suivi administratif au suivi relationnel.

3. Développement des ventes additionnelles

- Identifier les opportunités de cross-selling et d'up-selling.
- Valoriser la relation pour augmenter le panier moyen.
- Techniques commerciales pour développer sans pression excessive.

4. Gestion des réclamations et du SAV

- Transformer une réclamation en opportunité de fidélisation.
- Posture à adopter face à un client insatisfait.
- Processus efficace pour gérer un SAV réactif et crédible.

5. Élaboration d'un programme de fidélisation

- Construire un dispositif adapté à son secteur (BtoB, BtoC).
- Les leviers : avantages exclusifs, services premium, reconnaissance.
- Mesurer et piloter l'efficacité du programme.



Fidélisation client : maximiser la valeur et créer des ambassadeurs

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise

Objectifs pédagogiques

- Développer une stratégie de fidélisation client efficace et durable
- Maximiser la valeur vie client (Customer Lifetime Value) par des actions ciblées.
- Anticiper les risques de perte client grâce à la détection de signaux faibles.
- Développer des ventes additionnelles en capitalisant sur la relation existante

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Résumer et Expliquer les services proposés par l'entreprise

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 7 heures sur 1 journée

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Suite Programme

6. Communication régulière et personnalisée

- L'importance de la personnalisation dans la fidélisation.
- Outils de communication : emails, rendez-vous, événements.
- Maintenir une présence proactive sans être intrusif.

7. Détection des signaux d'alerte

- Identifier les indices de désengagement client.
- Mettre en place des actions préventives.
- Créer des plans de reconquête client.

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter

Closing commercial : transformer les opportunités en ventes

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise



Objectifs pédagogiques

- **Savoir identifier le bon moment pour conclure en repérant les signaux d'achat.**
- **Transformer les opportunités en commandes fermes tout en préservant la relation commerciale.**
- **Assurer un suivi post-closing pour garantir la mise en œuvre et la fidélisation.**

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, vendeur-magasinier, technicien bureau d'études, technico-commercial

PRE-REQUIS : Résumer et Expliquer les services proposés par l'entreprise

INTERVENANT : Formateur spécialisé commerce

DUREE : 7 heures sur 1 journée

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter

Programme

1. Identification des signaux d'achat

- Repérer les signaux verbaux et non verbaux.
- Différencier un intérêt curieux d'une véritable intention d'achat.

2. Techniques de closing progressif

- Construire un cheminement qui mène naturellement à la conclusion.
- Les techniques de closing adaptées au BtoB.

3. Gestion des dernières objections

- Construire un cheminement qui mène naturellement à la conclusion.
- Les techniques de closing adaptées au BtoB.

4. Closing adapté aux cycles longs de la distribution des matériaux de construction

- Spécificités des ventes complexes et des cycles longs.
- Maintenir la dynamique relationnelle sur la durée.
- Savoir conclure au bon moment et sécuriser l'accord.

5. Validation des accords et contractualisation

- Formaliser l'engagement du client.
- Techniques pour sécuriser la commande et éviter les retours en arrière.
- Importance de la clarté et de la transparence dans la contractualisation.

6. Suivi post-closing et mise en œuvre

- Assurer la bonne exécution des accords.
- Maintenir la relation après la signature.
- Transformer un closing réussi en relation durable et en fidélisation.

7. Analyse des échecs de closing

- Identifier les causes d'échec.
- Construire un plan d'action pour optimiser ses futurs closings.

Aiguiser ses réflexes de Dirigeants et Managers sur les sujets à risques en droit du travail

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise

Objectifs pédagogiques

- Détecter et appréhender de manière stratégique chaque situation sociale à risque.
- Prendre les décisions préventives afin d'éviter les risques.
- Gérer de manière optimale les situations litigieuses.

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, juriste, DRH, chargée. RH.

PRE-REQUIS : avoir des connaissances en droit du travail

INTERVENANT : Avocat

DUREE : 7 heures sur 1 journée

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter

Programme

1. L'embauche

- Les différentes formes de contrats de travail et les choix judicieux en la matière en brisant les idées reçues.
- Les clauses importantes et stratégiques du contrat de travail : clause de période d'essai, clause de non-concurrence, clause de non-sollicitation de clientèle, clause d'exclusivité, clause de mobilité, clauses d'objectifs et de variable, clause de dédit-formation.
- Focus sur le statut spécifique du mandataire social
 - Statut moins protecteur que le salariat.
 - Les éléments à négocier au moment du recrutement pour renforcer la sécurisation du mandataire social et anticiper les conséquences de sa révocation

2. La vie du contrat de travail

- La distinction entre changement des conditions de travail et modification du contrat
- L'organisation moderne du travail et les risques en découlant
- Focus sur les risques en matière de harcèlement moral et harcèlement sexuel/agissements sexistes :

3. La rupture du contrat de travail & la sécurisation de la sortie

- La rupture d'un CDD
- La gestion de la rupture du contrat de travail à l'initiative du salarié
- La gestion de la rupture du contrat de travail à l'initiative de l'employeur
- La gestion de la rupture amiable du contrat de travail

Gérer le processus de recrutement et l'embauche d'un collaborateur

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise

Objectifs pédagogiques

- Sécuriser la rédaction des contrats en prévoyant les clauses contractuelles impératives ainsi que les clauses utiles et stratégiques.
- Veiller au respect des règles applicables dans le cadre du processus de recrutement : conseil pratiques et écueils à éviter.
- Appréhender les différentes typologies de contrats de travail et choisir la forme du contrat la plus adaptée au-delà des idées reçues.

PUBLIC VISE : chef d'équipe, chef d'atelier, juriste, DRH, chargée. RH.

PRE-REQUIS : avoir des acquis en droit du travail

INTERVENANT : Avocat

DUREE : 7 heures sur 1 journée

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter

Programme

1. La notion de contrat de travail et le lien de subordination hiérarchique

- La qualification du contrat de travail : critères essentiels, rôle du lien de subordination, conséquences et risques liés à la requalification.
- Focus sur la jurisprudence relative aux travailleurs utilisant une plateforme de mise en relation par voie électronique

2. Le processus de recrutement

- La liberté d'embauche et ses limites avec le principe de non-discrimination.
- L'encadrement du processus de recrutement : les outils de sélection du candidat et les règles à respecter dans leur utilisation, les informations pouvant être sollicitées auprès du candidat et les interdictions ou tolérances dans certaines situations.
- Les obligations du candidat : l'obligation de bonne foi et sanctions en cas de violation de cette obligation, l'essai professionnel et risques en la matière.
- La délicate distinction entre offre d'emploi et promesse unilatérale de contrat de travail : incidence de la qualification sur les obligations des parties et conseils rédactionnels.

3. L'embauche du collaborateur

- Typologie des différents contrats de travail.
- Briser les idées reçues et bien choisir entre un CDI et un CDD
- Le formalisme et les mentions incontournables du contrat de travail.
- Les clauses importantes et stratégiques du contrat de travail : période d'essai, clause de non-concurrence, clause de non-sollicitation de clientèle, clause d'exclusivité, clause de mobilité, clauses d'objectifs et de variable, clause de dédit-formation.

Maitriser les dispositions de la convention collection du N°3216

Présentiel ou distanciel en inter ou intra-entreprise



Objectifs pédagogiques

- Comprendre les impacts de la CCN sur la gestion RH du personnel
- Mesurer les risques financiers et prud'homaux d'une application inexacte de la CCN
- Rédiger les clauses du contrat de travail conformément à la CCN

PUBLIC VISE : dirigeant, chef d'équipe, chef d'atelier, juriste, DRH, chargée. RH.

PRE-REQUIS : avoir des connaissances en droit du travail

INTERVENANT : Avocat

DUREE : 7 heures sur 1 journée

NOMBRE DE STAGIAIRES : 11 max.

METHODE PEDAGOGIQUE : cas pratiques et mises en situation

EVALUATION DES ACQUIS durant toute la durée de la formation avec un certificat de participation délivré à la fin

MOYENS TECHNIQUES : PC avec caméra et microphone si formation en distanciel

Tarif Adhérents FDMC : nous consulter

Tarif Non-Adhérents : nous consulter

CONTACT :

Maxence GAVELLE

mgavelle@afenbat.fr

01 45 48 28 44

Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Nous contacter

Programme

1. L'embauche

- Rédaction du contrat de travail : clauses essentielles, notice d'informations
- La mutation : mobilité temporaire et définitive
- La période d'essai : durée, renouvellement, préavis
- L'ancienneté : Prime d'ancienneté et périodes assimilées

2. Vie du contrat

- Les congés familiaux et droits des salariés
- Spécificités pour les chauffeurs : prime de repas et suivi médical
- Gestion de la maladie et des accidents du travail : arrêt, rechute, indemnisation

3. Rupture du contrat

- La démission : préavis, droits du salarié (heures pour recherche d'emploi)
- Le licenciement : conditions de validité, calcul de l'indemnité légale
- Le départ à la retraite et la mise à la retraite par l'employeur
- La clause de non concurrence : conditions validité et application

4. Organisation du temps de travail

- Le temps partiel : complément d'heures, durée, clauses spécifiques
- Les heures supplémentaires : règles et contingent
- Le repos hebdomadaire, le travail du dimanche et des jours fériés
- Le travail de nuit : les 3 dispositifs existants
- Les forfaits-jours : conditions et mise en place et suivi



Former vos équipes avec nous,
c'est bâtir vos succès

CONTACT

contact@afenbat.fr

01 45 48 28 44

www.afenbat.fr