

VENTE ET RELATION CLIENTS

Maîtriser le cycle de vente conseil en offre haut de gamme

DURÉE

14 h — 2 jours

FINANCEMENT

OPCO, plan de développement des compétences

MODALITÉS

Présentiel ou distanciel synchrone, 2 journées de 7 heures

DÉLAI D'ACCÈS

Inscription possible jusqu'à 11 jours ouvrés avant le démarrage, sous réserve de places disponibles.

Vendre une offre haut de gamme n'est pas vendre plus cher la même chose : le cycle est plus long, les interlocuteurs plus nombreux, et la moindre remise consentie trop tôt détruit la valeur perçue. Ces deux journées parcourent le cycle complet, de la qualification jusqu'à la signature, avec un fil directeur : justifier le prix par la valeur démontrée plutôt que le défendre par l'argumentation.

Objectifs professionnels visés

À l'issue de la formation, le participant est capable de : qualifier une opportunité commerciale et décider de la poursuivre ou d'y renoncer ; cartographier les parties prenantes d'une décision d'achat et adapter son discours à chacune ; construire un argumentaire de valeur chiffré à partir de son offre ; conduire une négociation en préservant son niveau de prix par un système de contreparties ; structurer une proposition commerciale écrite défendable en comité ; conclure et préparer le renouvellement.

Prérequis

Exercer une fonction commerciale ou vendre soi-même son offre. Une première expérience de la relation client est nécessaire. Les participants apportent deux affaires en cours, anonymisées si besoin.

Publics visés

Commerciaux et ingénieurs d'affaires, responsables commerciaux, dirigeants de TPE et PME vendant eux-mêmes des prestations à forte valeur, consultants indépendants.

Programme détaillé

1. Ce qui change en haut de gamme

Longueur du cycle, pluralité des décideurs, poids du risque perçu par l'acheteur. Conséquences concrètes sur la façon de mener l'entretien et de gérer son temps commercial.

2. Qualifier avant d'investir

Critères de qualification d'une opportunité : budget, autorité, besoin, échéance, mais aussi capacité à décider et coût de l'inaction. Savoir renoncer tôt à une affaire qui n'aboutira pas.

3. Cartographier les décideurs

Identifier prescripteur, utilisateur, acheteur, sponsor et opposant. Adapter son discours à chacun sans se contredire d'une réunion à l'autre.

4. Construire l'argumentaire de valeur

Passer des caractéristiques aux bénéfices chiffrés pour le client. Preuves, références, éléments de réassurance. Atelier sur votre propre offre.

5. Soutenir son prix

Préparation du positionnement tarifaire, seuils de concession définis à l'avance, contreparties systématiques. Que répondre à « c'est trop cher » sans baisser d'un euro dans la même phrase.

6. Traiter les objections tardives

Objections de fin de cycle : concurrence, délai, comité qui se réunit plus tard, interlocuteur qui disparaît. Techniques de relance qui ne dégradent pas votre position.

7. La proposition commerciale

Structure d'une proposition écrite qui se défend seule devant un comité. Ce qu'on y met, ce qu'on n'y met pas.

8. Conclure et préparer la suite

Techniques d'engagement progressif, signature, transition vers la mise en œuvre. Préparer la recommandation et le renouvellement dès la signature.

9. Simulations filmées

Mises en situation sur vos affaires réelles, débriefées collectivement et individuellement.

Journée 1 — Qualifier et construire

Journée 2 — Négocier et conclure

Livrable de fin de session

Votre grille de qualification, votre argumentaire de valeur chiffré et votre trame de proposition commerciale, applicables dès le retour au poste.

Moyens et méthodes pédagogiques

Pédagogie par la mise en situation filmée sur les affaires réelles des participants, avec débriefing collectif et individuel. Grille de qualification et trame de proposition fournies au format éditable. Les enregistrements sont détruits en fin de session, conformément à l'accord écrit recueilli à l'ouverture. Groupe limité à 8 personnes.

Modalités d'évaluation

Évaluation diagnostique au positionnement sur les pratiques commerciales et le taux de conversion actuel. Qualification d'une opportunité réelle évaluée en fin de journée 1. En journée 2, simulation de négociation filmée et évaluée selon une grille critériée portant sur la tenue du prix, l'obtention de contreparties et la maîtrise des objections. La proposition commerciale rédigée est évaluée sur sa capacité à se défendre en l'absence du vendeur.

Financements mobilisables

OPCO, plan de développement des compétences, France Num, autofinancement. Nous vous accompagnons dans le montage du dossier.

Accessibilité et situation de handicap

Nos formations sont ouvertes aux personnes en situation de handicap. En intra-entreprise, nous vérifions avec vous en amont l'accessibilité des locaux, des accès et des équipements. En inter-entreprises, nous retenons des salles accessibles aux personnes à mobilité réduite et en demandons l'attestation au loueur. À distance, le rythme, la durée des séquences et les supports sont adaptables. Référent handicap : Sylvain Guéraiche, 06 60 27 32 25, contact@strategies-formations.fr. Contactez-le avant l'inscription, ou dès que le besoin apparaît : chaque demande est

étudiée et tracée.

Contact et référent

Référent pédagogique : Sylvain Guéraiche, formateur. Déclaration d'activité enregistrée auprès de la DREETS Occitanie sous le numéro 76341468534 Activateur France Num.

Programme mis à jour le 12 septembre 2026. Version en ligne : <https://strategies-formations.fr/formation/cycle-vente-conseil-haut-de-gamme/>