CONSULTING
ROSLANE BENCHARIF

ORGANISME CERTIFIÉ QUALIOPI AU TITRE DES ACTIONS DE FORMATION
58 Rue de Monceau, 75008 Paris
+33 6 68 44 33 08 · contact@roslanebencharif.com

PROGRAMME DE FORMATION

Développement commercial terrain et techniques de vente

Version 2 du 16/11/2026

Public visé	Commerciaux terrain et chargés de développement, responsables de pôle ou de secteur, dirigeants assurant eux-mêmes la prospection.
Prérequis	Aucun prérequis formel ; une première expérience de la relation client est un plus. Comprendre le français. Un questionnaire de positionnement et d'auto-évaluation des pratiques commerciales avant la formation permet d'adapter les exemples au niveau de chacun.
Durée	35 heures, soit 5 jours de 7 heures
Modalités	Présentiel
Type de reconnaissance	Formation non certifiante : certificat de réalisation remis à chaque apprenant
Tarif	Sur devis
Financement	Prise en charge possible selon la situation du client (OPCO, plan de développement des compétences). RBC remet au client, avant la formation, les documents nécessaires à sa demande.
Délais d'accès	Intra-entreprise : la formation démarre dans un délai de 2 à 6 semaines après acceptation de la proposition, selon les disponibilités du client et du formateur. Inter-entreprises : inscription possible jusqu'à 5 jours ouvrés avant le début de la session, dans la limite des places disponibles.
Accessibilité	Formation accessible aux personnes en situation de handicap : voir la rubrique dédiée.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, l'apprenant sera capable de :

1. Expliquer le cycle de vente terrain et les leviers de décision de l'acheteur (motivations SONCAS, biais cognitifs).
2. Construire un plan de prospection multicanal (terrain, téléphone, digital) et rédiger son script d'accroche.
3. Obtenir un rendez-vous et qualifier un prospect à l'aide des critères BANT.
4. Conduire un entretien de vente complet et structuré : préparation, découverte, questionnement, argumentation.
5. Traiter les objections avec méthode et négocier en défendant ses prix et ses marges.
6. Conclure une vente et la sécuriser (devis, bon de commande, suivi après signature).
7. Construire un tableau de bord commercial avec des indicateurs de performance (chiffre d'affaires, taux de transformation, panier moyen).
8. Élaborer son plan d'action commercial individuel sur 90 jours.

Programme détaillé

Jour 1 · 7 heures

Séquence et contenus	Modalité	Durée
MATIN **Les fondamentaux de la vente terrain** • Ice breaker et auto-diagnostic commercial • Spécificités de la vente terrain par rapport à la vente digitale • Le cycle de vente complet ; le profil du commercial performant • Psychologie de l'acheteur : motivations d'achat (SONCAS), biais cognitifs et leviers de décision • Atelier : mon profil commercial Objectif visé : 1	Présentiel	3 h 30
APRÈS-MIDI **Organiser son activité terrain** • Segmenter et prioriser sa zone • Planifier sa tournée commerciale • Constituer sa liste de prospects • Les outils du commercial terrain : CRM simplifié (saisie et suivi), supports de présentation • Études de cas Objectifs visés : 1, 2	Présentiel	3 h 30

Jour 2 · 7 heures

Séquence et contenus	Modalité	Durée
MATIN **Stratégie de prospection multicanale** • Prospection physique sur le terrain • Prospection téléphonique (appels à froid) • Prospection digitale : LinkedIn, e-mail • Construire son argumentaire d'accroche : la méthode AIDA, le script de prospection téléphonique • Atelier : rédiger son script d'accroche Objectif visé : 2	Présentiel	3 h 30
APRÈS-MIDI **Prise de rendez-vous et qualification du prospect** • Obtenir un rendez-vous physique • Traiter les objections au téléphone • Relances et suivi des prospects • La qualification du prospect : critères BANT, fiche de qualification et scoring • Jeux de rôle : simulation d'appels ; restitution et débriefing Objectif visé : 3	Présentiel	3 h 30

Jour 3 · 7 heures

Séquence et contenus	Modalité	Durée
MATIN **Préparer et mener la découverte** • Connaissance du client et personnalisation • Définir ses objectifs et ses scénarios • Techniques de questionnement (SPIN Selling) • L'écoute active et la reformulation ; besoins explicites et implicites • La carte d'empathie client • Atelier : exercices de questionnement Objectif visé : 4	Présentiel	3 h 30
APRÈS-MIDI **Argumenter et présenter** • La méthode CAB (caractéristique, avantage, bénéfice) • Adapter son discours au profil SONCAS • Valoriser sa différence • Mise en situation complète : du début de l'entretien à la présentation • Auto-évaluation et retours croisés Objectif visé : 4	Présentiel	3 h 30

Jour 4 · 7 heures

Séquence et contenus	Modalité	Durée
MATIN **Objections et négociation** • Comprendre l'origine des objections • Techniques : CRAC, reformulation, boomerang • Objections fréquentes : prix, délai, concurrence • Préparer une négociation : BATNA et ZOPA • Défendre ses prix et ses marges ; obtenir une contrepartie à toute concession • Jeux de rôle : négociation de prix Objectif visé : 5	Présentiel	3 h 30
APRÈS-MIDI **Conclure et sécuriser la vente** • Reconnaître les signaux d'achat • Techniques de conclusion : alternative, urgence, résumé • Gérer le silence et l'hésitation • Sécuriser la vente : devis, bon de commande, contrat ; suivi immédiat après signature • Simulation complète : de l'objection à la conclusion Objectifs visés : 5, 6	Présentiel	3 h 30

Jour 5 · 7 heures

Séquence et contenus	Modalité	Durée
MATIN **Fidéliser et piloter son activité** • La relation client après la vente : suivi, relances stratégiques, fidélisation et vente additionnelle • Gestion des réclamations • Les indicateurs : chiffre d'affaires, taux de transformation, panier moyen • Construire un tableau de bord commercial ; planification et revue hebdomadaire • Atelier : mon tableau de bord personnalisé Objectifs visés : 6, 7	Présentiel	3 h 30
APRÈS-MIDI **Plan d'action commercial et bilan** • Définir ses objectifs SMART • Segmenter et prioriser ses cibles • Planifier ses actions sur 90 jours • Présentation du plan d'action individuel ; retours de la formatrice et co-construction • Évaluation finale et bilan de la formation Objectif visé : 8	Présentiel	3 h 30

Méthodes et moyens pédagogiques

Alternance de méthodes expositive, démonstrative, interrogative et expérientielle, et ludopédagogie, pour mettre immédiatement en pratique les techniques : ateliers, études de cas, jeux de rôle commentés, simulations complètes d'entretien. Suivi personnalisé par des échanges quotidiens et un retour individualisé à l'issue de chaque demi-journée.

Modalités d'évaluation des acquis

- Quiz « Niveau de départ sur l'ensemble des objectifs (10 questions) » (avant la formation)
- Quiz « Développement commercial terrain et techniques de vente (quiz global) »

Appréciation de la formation

- En fin de formation : questionnaire de satisfaction et d'évaluation des contenus, rempli par chaque apprenant
- À 3 mois : évaluation à froid de l'efficacité de la formation et de l'exploitation des acquis par les apprenants (questionnaire adressé aux apprenants et au client)

Formateur

Mme Sylvie Kieffer

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Formation accessible aux personnes en situation de handicap. Pour tout besoin d'adaptation (rythme, supports, lieu, outils, modalités d'évaluation), contactez notre référent handicap avant l'inscription : M. Roslane Bencharif, gérant, +33 6 68 44 33 08, contact@roslanebencharif.com. Chaque demande est étudiée de façon confidentielle ; si l'adaptation n'est pas possible, nous vous orientons vers les partenaires compétents.

Contact

M. Roslane Bencharif, gérant, +33 6 68 44 33 08, contact@roslanebencharif.com