

**PROGRAMME PÉDAGOGIQUE**  
**Développement commercial BtoB**

### 1. INTITULÉ DE LA FORMATION

Développement commercial BtoB

### 2. CATÉGORIE D'ACTION

Action de formation concourant au développement des compétences

### 3. PARCOURS PÉDAGOGIQUE

Parcours permettant d'acquérir une méthodologie complète de développement commercial BtoB, de la prospection à la fidélisation client.

### 4. INFORMATIONS PRATIQUES

- **Durée totale** : 14 heures (2 jours)
- **Modalité de formation** : Présentiel
- **Tarif** : 1050 €
- **Délais d'accès** : 10 jours après signature de la convention – dates à convenir

#### Modalités d'accès :

- Présentiel : sur site client ou salle dédiée
- Distanciel : visioconférence (Teams)

#### Accessibilité aux personnes en situation de handicap :

Formation accessible avec adaptation possible après analyse des besoins.

**Référent handicap** : Ludovic Ferré

#### Indicateur de performance

- Taux de satisfaction : 97%
- Taux d'atteinte des objectifs : 100%
- Nombre de stagiaire : 1

### 5. PUBLIC ET PRÉREQUIS

#### Public :

Commerciaux, chargés d'affaires, dirigeants, toute personne impliquée dans le développement commercial BtoB

#### Prérequis :

Aucun prérequis technique – une expérience commerciale est recommandée

#### Validation des prérequis :

Entretien préalable avec le formateur / Test de positionnement

### 6. OBJECTIF DE LA FORMATION

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de structurer et piloter une démarche de développement commercial BtoB efficace, de la prospection à la fidélisation client.

### 7. MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

#### Méthodes pédagogiques :

- Méthode affirmative (apports théoriques)
- Méthode active (exercices et ateliers)
- Méthode interrogative (questionnement guidé)

**Moyens pédagogiques :**

- Études de cas
  
- Ateliers collaboratifs
- Mises en situation
- Feedback individualisé

**Ressources pédagogiques :**

- Support de formation
- Modèles opérationnels (persona, scripts, plan d'action)

**Moyens techniques :**

- Ordinateur, vidéoprojecteur, écran
- Paperboard / supports visuels

**8. MODALITÉS D'ÉVALUATION****Évaluation des acquis :**

- QCM en début et fin de formation
- Exercices pratiques
- Mises en situation
- Cas pratique final

**Évaluation de satisfaction :**

- Questionnaire à chaud
- Questionnaire à froid (J+15 / J+30)

**9. PROFIL DU FORMATEUR**

Formateur expert en développement commercial, disposant d'une expérience opérationnelle en BtoB.

**10. ACCOMPAGNEMENT ET SUIVI**

- Suivi pendant la formation via feedback individualisé
- Assistance par email ou téléphone
- Plan d'action individuel remis en fin de formation

**11. SANCTION DE LA FORMATION**

- Attestation de formation
- Certificat de réalisation

**12. JUSTIFICATIFS**

- Feuilles d'émargement
- Exercices réalisés
- Évaluations

## 13. PARCOURS PÉDAGOGIQUE DÉTAILLÉ

### MODULE 1 – Analyse du marché et ciblage (2h30)

#### Objectifs pédagogiques :

- Analyser son environnement commercial
- Identifier et segmenter ses cibles
- Prioriser ses actions commerciales

#### Contenus :

- Accueil et cadrage : présentation, attentes, objectifs
- Étude du marché : sources internes/externes, benchmark, SWOT, PESTEL
- Segmentation BtoB et définition de l'ICP
- Construction de personas
- Ciblage et scoring des prospects

#### Méthodes :

Apports théoriques, échanges interactifs, atelier collaboratif, exercice pratique

#### Livrables :

- Attentes formalisées
  - Persona
  - Classification des prospects
- 

### MODULE 2 – Prospection et prise de contact (2h30)

#### Objectifs pédagogiques :

- Maîtriser les techniques de prospection
- Déployer une approche multicanale
- Construire des séquences efficaces

#### Contenus :

- Techniques de prospection (froid, chaud, networking, social selling)
- Approche multicanale (téléphone, email, LinkedIn, physique)
- Construction de séquences de prospection
- Règles : cohérence, personnalisation, relance

#### Ateliers :

- Rédaction script d'appel
- Email d'accroche
- Message LinkedIn

#### Méthodes :

Apports, exercices pratiques, production individuelle, feedback collectif

#### Livrables :

Scripts personnalisés

---

### MODULE 3 – Entretien commercial (3h)

#### Objectifs pédagogiques :

- Structurer un entretien de découverte
- Maîtriser les techniques de questionnement
- Adopter une posture commerciale efficace

**Contenus :**

- Méthodologie de découverte
- Méthodes SPIN et SONCAS
- Techniques de questionnement (ouvertes, fermées, précises)
- Écoute active et reformulation

**Activités :**

- Exercices en binôme
- Mises en situation

**Méthodes :**

Démonstrative, active, mises en situation

**Évaluation :**

Posture, écoute, pertinence des questions

---

**MODULE 4 – Argumentation et traitement des objections (3h)****Objectifs pédagogiques :**

- Construire une proposition de valeur impactante
- Adapter son argumentaire
- Traiter les objections efficacement

**Contenus :**

- Méthode CAB
- Value Proposition
- Personnalisation de l'argumentaire
- Typologies d'objections
- Méthode CRAC

**Activités :**

- Cas pratiques
- Simulations d'objections

**Méthodes :**

Apports + entraînement pratique

---

**MODULE 5 – Suivi et fidélisation (2h)****Objectifs pédagogiques :**

- Piloter son activité commerciale
- Fidéliser et développer ses clients

**Contenus :**

- Plan d'action commercial (pipeline, KPI, CRM)
- Fidélisation (suivi, upsell, cross-sell)
- Gestion des réclamations
- Construction du plan d'action individuel

**Livrable :**

Plan d'action personnalisé

## **ÉVALUATION FINALE (1h)**

### **Contenus :**

- Cas pratique global : simulation complète du cycle de vente
- QCM / auto-évaluation
- Engagement sur 3 actions concrètes

## **SUIVI POST-FORMATION**

- Évaluation à chaud
- Évaluation à froid (J+15 / J+30)
- Possibilité d'accompagnement complémentaire