

**2022/23**

**ACCOMPAGNEMENT  
PERSONNALISÉ |**

**FORMATIONS |**

**AUDIT |**





**La vente est le point d'entrée incontournable dans l'entreprise. Cela demande un effort important aux équipes commerciales, de plus en plus sollicitées.**

**Cependant, déployer autant d'énergie sans méthodologie, c'est la garantie de résultats médiocres et de collaborateurs démobilisés.**

## De ce constat est né **MOTIVENTE**



Je suis **Isabelle Fourzoli**  
et j'ai créé **MOTIVENTE**  
pour vous permettre de décupler  
votre efficacité commerciale.

### **Aujourd'hui vous souhaitez :**

- De l'efficacité dans la gestion de votre temps
- Une analyse précise du marché afin de rester dans la course
- Des résultats en hausse
- Des indicateurs de performance

### **Suivre ses commerciaux est primordial.**

#### **MES SOLUTIONS**

**ACCOMPAGNEMENT  
PERSONNALISÉ**

**AUDIT**

**FORMATION**

*Ma connaissance de plus de 15 ans sur le terrain m'a aidée à une remise en question permanente afin de vous transmettre mon savoir-faire commercial.*



# MON OFFRE D'ACCOMPAGNEMENT

## LES ENJEUX

Que vous soyez chef d'entreprises avec la volonté d'augmenter votre chiffre d'affaires, ou bien directeur des ventes avec l'objectif de définir des indicateurs de suivis et de mettre en place l'animation des commerciaux, ou encore un commercial motivé avec l'envie d'arrêter de perdre des affaires importantes, vous constatez un manque évident d'accompagnement, aujourd'hui, vous exigez de la qualité pour vous et pour vos équipes.

## LES ÉTAPES

**Je vous propose :**

- Une aide à la formalisation du suivi commercial
- L'observation terrain et feed-back
- Une écoute complète

## OBJECTIFS

Libérer les freins à la vente.

Les techniques de ventes nous aident à identifier nos axes de progrès. En effet, parfois, vous réalisez vos missions avec performance sans pouvoir identifier quel levier a permis vos succès.

Ma connaissance du terrain vous guidera vers plus d'efficacité. J'adapterai mon accompagnement à votre méthodologie.

Mes séances d'accompagnement sont intégrées à vos exigences métier. Ainsi le temps est optimisé.

## TARIFS

Sur devis/au temps passé.

## MON OFFRE D'AUDIT

### LES ENJEUX

Les dirigeants d'entreprise manquent de temps pour suivre les performances de leurs commerciaux. Leur fixer des objectifs relève du casse tête chinois. Ils doivent répartir leur temps entre le coaching des commerciaux, l'analyse de leurs résultats et leurs propres tâches. L'audit permet une vision d'ensemble du fonctionnement commercial de l'entreprise.

### LES ÉTAPES

- La compréhension du marché par l'analyse des chiffres et la segmentation client
- Le positionnement de la société
- L'efficacité de l'équipe commerciale
- La définition et le déploiement d'une stratégie commerciale
- La mise en place d'indicateurs de suivi

### L'OBJECTIF

Avec ma vision externe je mettrai en lumière vos points forts et vous guiderai dans la mise en place d'un plan d'action destiné à piloter efficacement les ventes. Vous saurez organiser votre politique commerciale.

### TARIFS

Sur devis selon le niveau de détails de l'audit et le nombre de collaborateurs.



## MON OFFRE DE FORMATION

### LES ENJEUX

Selon le cône d'expérience d'Edgar Dale, dans l'apprentissage nous retenons 10% de ce que nous lisons, 20% de ce que nous entendons, 30% de ce que nous voyons. 50% de ce que nous voyons et entendons. Et si vous pratiquez un apprentissage basé sur la réalisation, l'assimilation sera à 90%.

Ainsi l'impact des connaissances de son collaborateur n'est pas visible pour le dirigeant si celles-ci ne sont pas accompagnées d'actions.

Mes formations reposent sur des exercices ludiques et interactifs qui favorisent un apprentissage qui s'adapte à votre fonctionnement actuel. Vos réflexes seront ajustés pour une intégration immédiate.

### LES 8 FORMATIONS DE NOTRE CATALOGUE

#### Formation d'1 jour :

- Renforcer la relation client ..... Page 07
- Manager la relation client sur site ..... Page 08
- Déployer des actions de prospections commerciales utiles ..... Page 09

#### Formation de 2 jours :

- Mener efficacement un entretien de ventes ..... Page 10
- Confectionner sa négociation sur mesure ..... Page 11
- Les fondamentaux de la gestion d'entreprise ..... Page 12

#### Formation de 3 jours :

- Manager avec succès vos forces de ventes ..... Page 13
- Créer son équipe commerciale à son image ..... Page 14

Une participation active des apprenants, des jeux de rôles et test d'évaluation à la fin. Les formations sont réalisées en présentiel avec des moyens pédagogiques favorisant l'interactivité et l'apprentissage (projection au tableau, jeux, questionnement).

Les participants sont évalués au début et à la fin de la durée de formation avec un quiz et une simulation reprenant ce qui aura été appris. De plus, les mises en situation tout au long du parcours permettent une intégration progressive des acquis.

#### **Le plus de MOTIVENTE :**

Un suivi téléphonique personnalisé par apprenant de 30 minutes avec mise en place d'actions est proposé.

MOTIVENTE est membre du collectif FORMATXL.

A ce titre, nos formations sont certifiées **qualiopi** et donc finançables par les OPCO.

MOTIVENTE est déclaré par la DRIEETS avec le numéro de déclaration d'activité : 11930922693.

#### **OBJECTIFS**

Intégrer les bonnes pratiques commerciales.

#### **TARIFS**

**Formations standards en interentreprise :**

- Formation d'1 jour pour un groupe de 6 à 8 personnes : 1 490 € HT
- Formation de 2 jours pour un groupe de 6 à 8 personnes : 2 980 € HT
- Formation de 3 jours pour un groupe de 6 à 8 personnes : 4 470 € HT



# Renforcer la relation client



## OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Analyser l'ensemble des besoins et mettre en œuvre les actions pour optimiser la satisfaction.



## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Appréhender les enjeux d'une prestation
- Adapter sa communication pour mettre en valeur l'image de l'entreprise
- Utiliser les outils de communication pour suivre un projet
- Gérer une situation délicate avec un client

### PUBLIC CONCERNÉ

- Collaborateurs en contact total ou partiel avec la clientèle.

### PRÉREQUIS

- En contact avec la clientèle. Usage du téléphone et du mail.

### FORMATEUR

- Formatrice et commerciale terrain avec + de 15 ans d'expérience commerciale.

### LIEUX

- Dans les locaux de l'entreprise.

1

#### PAR LA QUALITÉ DU TRAVAIL EFFECTUÉ

- Mesurer l'enjeu du besoin client
- Identifier la demande et la motivation du client
- Reformuler correctement une demande
- Optimiser le rendu de l'offre

2

#### PAR LES CANAUX DE COMMUNICATION

- Renforcer l'image de l'entreprise
- S'approprier les différentes formes de communication

3

#### PAR LE MANAGEMENT DES ÉCHANGES CLIENTS

- Réussir le démarrage d'un projet
- Maîtriser le projet pour rassurer le client
- Gérer les temps d'attente

4

#### PAR LA GESTION DES SITUATIONS DÉLICATES

- Identifier correctement la demande du client
- Gérer une urgence
- Gérer une réclamation client
- Répondre à un client envahissant
- Annoncer une mauvaise nouvelle

# Manager la relation client sur site



## OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Analyser l'ensemble des besoins du client et être en mesure d'identifier les besoins futurs.



## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Appréhender les enjeux d'une prestation
- Adapter sa communication pour mettre en valeur l'image de l'entreprise
- Réaliser une découverte complète chez un client
- Tracer le besoin client de l'identification à la remontée d'information

### PUBLIC CONCERNÉ

- Collaborateurs en contact total ou partiel avec la clientèle.

### PRÉREQUIS

- En contact avec la clientèle. Usage du téléphone et du mail.

### FORMATEUR

- Formatrice et commerciale terrain avec + de 15 ans d'expériences commerciale.

### LIEUX

- Dans les locaux de l'entreprise.

**1**

#### PAR LA QUALITÉ DU TRAVAIL EFFECTUÉ

- Mesurer l'enjeu du besoin client
- Identifier la demande et la motivation du client
- Reformuler correctement une demande
- Optimiser le rendu de l'offre

**2**

#### PAR LES CANAUX DE COMMUNICATION

- Renforcer l'image de l'entreprise
- S'approprier les différentes formes de communication

**3**

#### LE MANAGEMENT DE LA RELATION CLIENTS : COMMENT SAISIR UNE OPPORTUNITÉ DE VENTES

- Le climat de confiance,
- La découverte (potentiel client),
- L'argumentation
- Le closing

**4**

#### LA REMONTÉE D'INFORMATIONS AUPRÈS DES ÉQUIPES DE VENTES

- L'obtention des informations essentielles
- La communication auprès des équipes de ventes

# Déployer des actions de prospections commerciales utiles



## OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Augmenter les ratios de rendez-vous qualifiés avec une prospection commerciale méthodique.



## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Identifier le rôle du commercial
- Créer un fichier de prospection
- Utiliser les différents canaux pour construire une prospection efficace
- Appliquer les techniques de prises de rendez-vous téléphoniques
- Présenter son entreprise en bénéficiant de clients

### PUBLIC CONCERNÉ

- Chargés d'affaires, commerciaux débutants, commerciaux confirmés.

### PRÉREQUIS

- En contact avec la clientèle. Usage du téléphone et du mail.

### FORMATEUR

- Formatrice et commerciale terrain avec + de 15 ans d'expérience commerciale.

### LIEUX

- Dans les locaux de l'entreprise.

1

#### INTRODUCTION AU MÉTIER DE COMMERCIAL

- Identifier vos objectifs
- Définir vos attentes

2

#### LES USAGES DU TÉLÉPHONE

- La qualification de fichier
- La prise de RDV
- Le suivi des commandes

3

#### LA CRÉATION D'UN FICHIER DE PROSPECTION

- Définir sa cible
- Relever les informations utiles
- Suivre ses indicateurs

4

#### LES DIFFÉRENTES ÉTAPES D'UNE PROSPECTION TÉLÉPHONIQUE

- Se préparer
- S'entraîner
- Mettre en oeuvre l'entretien de ventes
- Décomposer ses résultats

5

#### MISE EN SITUATION

- Communiquer sur les réseaux sociaux
- Prise de rendez-vous téléphonique : vendeurs/clients/observateurs

# Mener efficacement un entretien des ventes



## OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Maîtriser la conduite de son entretien pour augmenter vos chances de réussite.



## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Identifier le rôle du commercial
- Intégrer toutes les étapes de l'entretien de ventes
- Mesurer l'intérêt d'une bonne préparation
- Mener une découverte complète
- Mettre en place une argumentation adaptée
- Analyser les objections et élaborer des réponses adaptées
- Intégrer l'importance de la conclusion
- Élaborer une consolidation client adaptée

### PUBLIC CONCERNÉ

- Chargé d'affaires, commerciaux débutants, commerciaux confirmés.

### PRÉREQUIS

- En contact avec la clientèle. Usage du téléphone et du mail.

### FORMATEUR

- Formatrice et commerciale terrain avec + de 15 ans d'expériences commerciale.

### LIEUX

- Dans les locaux de l'entreprise.

1

#### INTRODUCTION AU MÉTIER DE COMMERCIAL

- Identifier vos objectifs
- Identifier vos attentes

2

#### LA PRÉPARATION

- Préparer les différentes étapes du rendez-vous
- Déterminer ses objectifs et hypothèses
- Utiliser les méthodes de communication
- Se conditionner mentalement

3

#### LES ÉTAPES DE LA VENTE

- Employer la bonne attitude
- Réussir son Introduction
- Savoir découvrir subtilement
- Reformuler avec méthodologie
- Argumenter en persuadant
- Identifier et répondre aux objections
- Conclure efficacement et engager

4

#### L'ANALYSE DU RDV

- Jeux de rôles : vendeurs, clients et observateurs
- Le bilan

5

#### LA CONSOLIDATION DU LIEN AVEC LE CLIENT

# Confectionner sa négociation sur mesure



## OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Préparer et structurer une négociation selon des étapes à appliquer pour optimiser la transformation d'affaires.



## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Identifier le rôle du commercial
- S'approprier les règles de négociation
- Appliquer la théorie pour une préparation de sa négociation
- Mettre en oeuvre sa négociation pour gagner des ventes
- Engager le client vers la signature

### PUBLIC CONCERNÉ

- Chargés d'affaires, commerciaux débutants, commerciaux confirmés.

### PRÉREQUIS

- Expérience en ventes/ou avoir réalisé la formation "mener un entretien de ventes".

### FORMATEUR

- Formatrice et commerciale terrain avec + de 15 ans d'expérience commerciale.

### LIEUX

- Dans les locaux de l'entreprise.

**1**

### DÉFINITION ET RÈGLES DE NÉGOCIATION

- Différence entre vendre et négocier
- Définition
- La logique
- Les curseurs du pouvoir
- Les règles
- Rappel sur le non verbal

**2**

### LA PRÉPARATION ANNONCIATRICE DE RÉUSSITE

- Evaluer la rentabilité de son affaire
- Définir ses objectifs et marges de négociation
- Préparer ses arguments et contreparties possibles
- Estimer les hypothèses du futur client
- Connaître sa BATNA (Best Alternative To a Negotiation Arguments)
- Analyser le rapport de force
- Se préparer mentalement

**3**

### LES ÉTAPES DE LA NÉGOCIATION

- Employer la bonne attitude
- Clarifier les intérêts de chacun
- Répondre aux objections
- Savoir creuser pour confirmer les demandes de négociations
- Conclure et engager
- Formaliser un accord

**4**

### DÉJOUER LES PIÈGES DE VOS CLIENTS

- Le piège de la dévalorisation
- Le piège de l'urgence
- Le piège de la menace
- Le piège de l'effet columbo

**5**

### MISE EN SITUATION

- Jeux de rôles : vendeurs, clients et observateurs



FORMATION  
**2**  
JOURS

Formation sur mesure  
pour 1 seule personne  
*Sur devis selon la durée*

En partenariat avec  
**BJ CONSULTING**  
La proximité au service des entrepreneurs

# Les fondamentaux de la gestion d'entreprise

 **OBJECTIFS OPÉRATIONNELS**  
Comprendre et appliquer les principes de base qui permettent de gérer une entreprise, au quotidien.  
Apprendre à construire un projet d'entreprise et analyser sa rentabilité.

 **OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**  
A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Maîtriser une méthode de gestion permettant de rentabiliser, dynamiser et pérenniser les entreprises
- Définir et mettre en oeuvre un projet d'entreprise
- Mettre en place des procédures de travail permettant une gestion efficace
- Utiliser les outils de gestion permettant de suivre les objectifs fixés
- Réagir aux écarts de gestion constatés

## PUBLIC CONCERNÉ

- Dirigeant de TPE/PME.

## PRÉREQUIS

- Diriger une PME - Accès internet.

## FORMATEUR

- Expert de la création d'entreprise et de la restauration commerciale avec plus de 15 ans d'expériences.

## LIEUX

- Dans les locaux de l'entreprise.

1

### LES PRINCIPES DE GESTION

- Connaître les différences entre administration et gestion d'une entreprise
- Analyser les difficultés rencontrées par les chefs d'entreprises
- Projeter son entreprise dans l'avenir
- Piloter son entreprise
- Connaître son résultat à chaque instant
- Analyser la rentabilité des devis et des factures
- Appréhender la simulation en gestion

2

### LE PROJET D'ENTREPRISE

- Analyse des composantes d'un compte d'exploitation
- Analyse du potentiel de production
- Analyse des moyens de production
- Valorisation des frais fixes du projet
- Analyse de la validité du projet
- Suivi de la production et des moyens de production

3

### LES TABLEAUX DE BORD

- Apprendre à détecter les dérives par rapport au projet initial et à prendre les décisions de correction

# Manager avec succès vos forces de vente



## OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Augmenter l'implication de son personnel
- Adopter une posture de leader



## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Mesurer l'importance de son rôle de manager
- Mettre en place des objectifs réalistes et adaptés
- Construire une organisation équitable
- Gérer les situations délicates avec ses collaborateurs

### PUBLIC CONCERNÉ

- Gérants et présidents de sociétés, directeur des ventes, responsables commerciaux.

### PRÉREQUIS

- Expérience en ventes.

### FORMATEUR

- Formatrice et experte en accompagnement commerciale.

### LIEUX

- Dans les locaux de l'entreprise.

**1**

#### SAVOIR ÊTRE UN LEADER LÉGITIME

- Connaissance de soi
- Apprendre à communiquer
- Identifier les axes pour valoriser vos équipes
- Identifier les facteurs de responsabilisation

**2**

#### METTRE EN PLACE DES ACTIONS CONCRÈTES

- Définir des objectifs et obtenir l'accord du collaborateur
- Déterminer les facteurs de performances
- Définition d'indicateurs d'efforts
- Définition d'indicateurs de performances

**3**

#### LE MANAGEMENT DES ÉQUIPES AU QUOTIDIEN

- Les facteurs de motivation
  - Les modèles SCARP
  - Cultiver la transparence et la confiance
  - Cultiver le lien avec vos équipes
  - Identifier les axes de valorisation
- Coacher sereinement ses équipes
  - Intégrer un nouveau collaborateur
  - Accompagner en RDV et rendre autonome
- Communiquer au quotidien
  - Suivre ses indicateurs
  - Mise en place de one to one
  - Vers des réunions à valeur ajoutée (présentiels et distanciels)
  - Les règles pour des entretiens annuels
- Analyser son activité
  - Analyser objectivement les résultats avec ses équipes
  - Identifier les dérives de l'offre vendue

**4**

#### MANAGER LES SITUATIONS DÉLICATES

- Identifier et anticiper les situations de conflits
- Manager les situations d'incompétences ou de surqualifications
- Savoir remobiliser

# Créer son équipe commerciale à son image



## OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Définir un accueil cadré de ses collaborateurs
- Faire grandir ses équipes



## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Définir une organisation commerciale
- Mettre en œuvre l'arrivée d'un collaborateur pour plus d'engagement
- Constuire une organisation équitable pour faire progresser ses collaborateurs
- Manager les situations délicates avec ses collaborateurs

### PUBLIC CONCERNÉ

- Gérants et présidents de sociétés, directeur des ventes, responsables commerciaux.

### PRÉREQUIS

- Diriger une entreprise, diriger une équipe de ventes.

### FORMATEUR

- Formatrice et experte en accompagnement commerciale.

### LIEUX

- Dans les locaux de l'entreprise.

**1**

### LE PRÉALABLE À LA MONTÉE EN PUISSANCE D'UNE ÉQUIPE DE VENTES

- Déterminer son chiffre d'affaires que vous voulez réaliser
  - Mise au point sur le CA des années précédentes
  - Etat des lieux du marché
  - Définition d'un CA à atteindre
- Définition d'une stratégie commerciale claire
  - Déterminer sa politique
  - Définir sa cible
- Répartition des clients
  - Définition des règles
  - Analyse des clients stratégiques
- La mise en place de bonnes conditions de travail
  - Travailler en confiance
  - Travailler de façon responsable
  - Coacher pour rendre autonome

**3**

### LE MANAGEMENT DES FORCES DE VENTE AU QUOTIDIEN

- Les facteurs de motivation
  - Notion de modèles SCARP
  - Identifier les aspirations profondes de son collaborateur
  - Cultiver la transparence et la confiance
  - Cultiver le lien avec vos équipes
  - Identifier les axes de valorisation
- Le suivi des indicateurs
  - Indicateurs de performance
  - Indicateurs d'efforts
  - Mise en place de suivi des indicateurs/auto responsabilisation
  - Ajustement des indicateurs
- La communication au profit de la performance
  - Mise en place de one to one
  - Mise en place des réunions de groupe à valeur ajoutée (présentiels et distanciels)
  - La mise en place de challenge
  - Notion de management : les différents styles de management

**2**

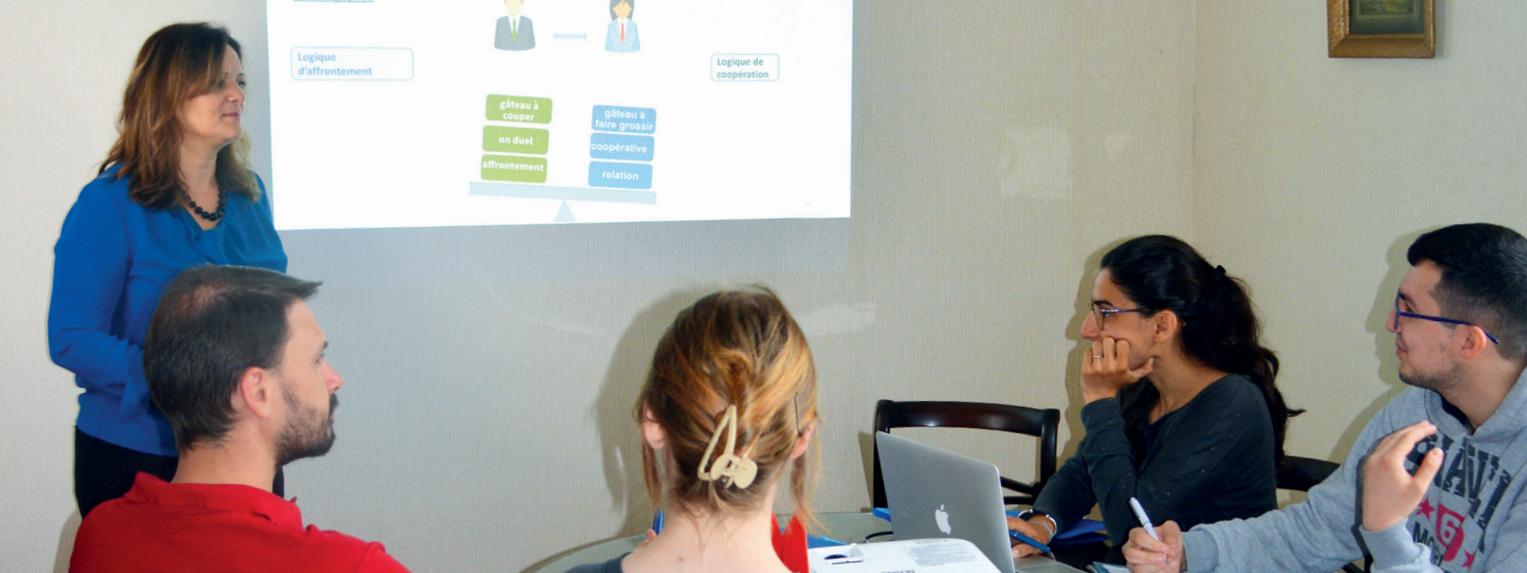
### DE L'ACCUEIL DU COLLABORATEUR À LA MISE EN PLACE DU POSTE

- Etre clair sur les objectifs et obtenir l'accord du collaborateur
- De l'intégration du collaborateur à la formation
- Coacher pour rendre autonome

**4**

### GÉRER LES SITUATIONS DE CONFLITS

- Identifier et anticipez les situations de conflits
- Manager les situations d'incompétences ou de surqualifications
- Savoir remobiliser



# VOUS SOUHAITEZ INTÉGRER NOTRE PARCOURS DE FORMATION ?

## IDENTIFICATION DU BESOIN

Un échange entre vous et le formateur permettra de vous assurer que la formation demandée est bien celle qui vous permettra d'acquérir les compétences souhaitées.

Les formations peuvent être ajustées pour vous ou vos équipes, selon le nombre d'apprenants, selon l'expérience, selon le niveau (prérequis). Un test en amont ou un pré-audit seront parfois nécessaires pour ajuster le parcours de formation.

## MODALITÉS D'INSCRIPTION

Une fois le besoin identifié, un devis reprenant le contexte, la demande, les objectifs à atteindre, le tarif et le programme vous sera envoyé.

Dès acceptation de votre part, une convocation sera adressée à chacun des apprenants avec la date, les horaires et les modalités d'accès.

Parallèlement, afin de valider les prérequis, chaque apprenant recevra une fiche d'expression des besoins pour que chacun puisse réfléchir individuellement à ses attentes.

## INDICATEURS DE RÉSULTATS

Un quiz sera réalisé à la fin de la formation pour que le formateur puisse évaluer les acquis de compétences.

Le formateur sera également évalué par chacun des apprenants pour notre processus d'amélioration continue.

Pour ceux qui le souhaitent un coaching individualisé peut être proposé 1 mois après la formation pour valider avec l'apprenant ce qu'il souhaite mettre en oeuvre à l'issue de la formation.

## PARLONS FINANCEMENT

MOTIVENTE est membre du collectif FORMATXL.

A ce titre, et dans l'attente d'avoir notre propre certification, toutes nos formations sont certifiées Qualiopi et donc finançable par les OPCO.

Depuis la loi n°2018 du 5 septembre 2018, cette certification est une obligation légale pour bénéficier de fonds publics mutualisés : Etats, OPCO, Régions, Pôle Emploi, cf Référentiel National Qualité (RNQ) : <https://bit.ly/2A3BRVv> (Ministère du Travail).

## ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous êtes dans une situation de handicap, appelez nous, nous étudierons ensemble comment adapter notre parcours ou vous aiguiller au mieux pour un parcours en adéquation avec votre besoin.

**Contact** : Isabelle Fourzoli - 07 71 60 39 40 - [isabelle.fourzoli@motivente.fr](mailto:isabelle.fourzoli@motivente.fr) avec l'intitulé "accessibilité aux personnes handicapées".



**Isabelle FOURZOLI**

51, avenue du Président John Kennedy - 93110 Rosny-sous-Bois  
isabelle.fourzoli@motivente.fr - 07 71 60 39 40 - [www.motivente.com](http://www.motivente.com)