



ORGANISME DE FORMATION COMMERCIALE

Édition 2026

www.motivente.com



MOTIVENTE

DÉCUPLONS VOS FORCES DE VENTE



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



Avec
MOTIVENTE,
je vous aide
à définir des
objectifs clairs
et à déployer
les actions
pour les
atteindre.

”

Isabelle FOURZOLI
Présidente

La vente est le point d'entrée incontournable dans l'entreprise.

Quoi qu'on en dise, l'activité commerciale ne s'improvise pas
Et ce n'est pas qu'une question de talents.

Cela repose sur des méthodes structurées, des compétences solides et un état d'esprit positif.

Sans cela, vos collaborateurs, malgré leur investissement, peineront à conquérir de nouveaux clients.

Ils peuvent se sentir en difficulté et se démobiliseront par manque de résultats.

C'est suite à ce constat que MOTIVENTE a vu le jour.
Pour accompagner durablement la progression des équipes commerciales et managériales.

Parce que vous êtes uniques, vos besoins le sont aussi.

C'est pourquoi MOTIVENTE intervient à travers :

- Des formations en groupe.
- Des ateliers opérationnels.
- Des accompagnements individualisés.

Nos formations s'articulent autour de **3** axes :

- 1 | ACCÉLERER SA PERFORMANCE COMMERCIALE**
- 2 | DÉVELOPPER SON IMPACT RELATIONNEL AUPRÈS DES CLIENTS**
- 3 | DIRIGER SON SERVICE COMMERCIAL**

Aujourd'hui vous souhaitez :

- Optimiser votre temps dans la gestion de vos équipes.
- Développer les compétences de vos collaborateurs.
- Obtenir des résultats en hausse.
- Suivre vos résultats avec des indicateurs spécifiques.

LA FORMATION

DES FORMATIONS NOVATRICES ET BASÉES SUR LA PERFORMANCE

Les enjeux :

Selon le cône d'expérience d'Edgar Dale, dans l'apprentissage nous retenons :



LA FORMATION

L'impact de la formation sera visible pour le dirigeant seulement si celle-ci est accompagnée d'actions. L'objectif d'une formation est une montée en compétence des collaborateurs.

NOS FORMATIONS SONT ORGANISÉES SELON LES THÈMES SUIVANTS :

NOS FORMATIONS	LES THÈMES	LA DURÉE	PAGE
ACCÉLERER SA PERFORMANCE COMMERCIALE	A1 Organiser une prospection commerciale efficace	2 jours	08
	A2 Mener efficacement un entretien de vente	2 jours	09
	A3 Devenir un commercial impactant	1 jour	10
	A4 Prospecter et vendre aux grands comptes	2 jours	11
	A5 Utiliser la préparation mentale au service de votre performance commerciale	1 jour	12
	A6 Confectionner sa négociation sur mesure	2 jours	13
	A7 Développer ses ventes à l'international	2 jours	14
	A8 Performer en tant qu'assistante import/export	2 jours	15
	A9 Parcours : Optimiser ses techniques de vente en milieu interculturel	5 jours	16-17-18
DÉVELOPPER SON IMPACT RELATIONNEL AUPRÈS DE SES CLIENTS	D1 Professionnaliser son accueil téléphonique détecter des ventes additionnelles	2 jours	20
	D2 Renforcer la relation client une fois la vente réalisée	1 jour	21
	D3 Optimiser ses ventes additionnelles sur site	2 jours	22
	D4 Anticiper, analyser et traiter efficacement les situations relationnelles difficiles	2 jours	23
	D5 Décrypter les émotions pour optimiser les échanges clients	1 jour	24
	D6 Gagner en impact relationnel grâce à l'assertivité	2 jours	25
	D7 Renforcer son leadership pour une prise de parole marquante	2 jours	26
DIRIGER SON SERVICE COMMERCIAL	S1 Manager avec sens - débutants	3 jours	28
	S2 Manager avec succès ses forces de vente	2 jours	29
	S3 Lancer sa stratégie commerciale	1 jour	30

LA FORMATION

LES ÉTAPES

01 > 02 > 03

01

> AVANT LA FORMATION

- L'analyse des besoins est réalisée avec le commanditaire pour identifier le niveau de départ, le niveau attendu et les objectifs de la formation.
- Une fois la convention signée, une feuille d'identification des attentes est envoyée à chacun des apprenants pour analyser chacun des besoins.
- Un auto-positionnement est effectué en début de formation.

02

> PENDANT LA FORMATION

- Les formations sont réalisées en présentiel avec des moyens pédagogiques favorisant l'interactivité et l'apprentissage (projection au tableau, jeux, questionnement).
- Les 4 méthodes d'animation sont utilisées: méthode expositive, interrogative, démonstrative, active avec des études de cas et des jeux de rôles.
- Des exercices ludiques et interactifs sont proposés pour confirmer les connaissances.
- L'apprentissage est optimisé.

03

> FIN DE LA FORMATION

- Les participants sont évalués à la fin de la durée de formation avec un quiz.
- Un document distribué au début de la formation permet à chacun d'y ajouter ses propres notes. L'apprenant repart avec le document personnalisé et sa feuille de route.
- Un suivi téléphonique personnalisé par apprenant avec mise en place d'actions peut être proposé en option.

LA FORMATION

QUALITÉ



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



Les formations sont dispensées par une formatrice professionnelle ayant validé son titre de «**Formateur professionnel**» d'adultes en janvier 2023.



MOTIVENTE est certifié **QUALIOPi**.



Ainsi, ces formations sont finançables par vos opérateurs de compétences (**OPCO**) par **France Travail** et par la **Région**.



1 | ACCÉLÉRER SA PERFORMANCE COMMERCIALE



**Public concerné**

Chargés d'affaires, commerciaux débutants, commerciaux confirmés.

**Prérequis**

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

**Objectif opérationnel**

Gagner de nouveaux prospects en regroupant différentes méthodes de développement de la clientèle.

**Durée**

2 jours (14 heures).

**Objectifs pédagogiques**

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

- S'approprier sa fonction de commercial.
- Créer un fichier de prospection adapté à son activité.
- Identifier les canaux de prospection pour construire une prospection efficace.
- Optimiser son utilisation des réseaux sociaux.
- Construire un argumentaire téléphonique.
- S'approprier les usages du téléphone pour prendre des RDV.
- Appliquer les techniques de prises de rendez-vous téléphoniques.
- Analyser les moments pour prospecter différemment (recommandations, autres réseaux).

**Formateur**

Formatrice et commerciale terrain avec + de 17 ans d'expérience commerciale et pratique pédagogique confirmée.

**Lieux**

Dans vos locaux ou en distanciel selon vos besoins.

PROGRAMME Jour 1

1- Analyser son activité de développement

- Identifier ses objectifs de prospection.
- Définir ses attentes en terme de résultats.
- L'objectif de l'outil téléphone.

2- Créer un fichier de prospection

- Définir sa cible.
- Trier les informations pertinentes.
- Organiser sa prospection dans son agenda.
- Créer des indicateurs d'efforts et de performance.

3- S'initier aux différents réseaux sociaux

- Identifier les réseaux utiles à son fonctionnement.
- Définir des objectifs spécifiques avec les réseaux sociaux.
- Créer une identité visuelle (calendrier éditorial).
- Aborder un prospect par des messages personnalisés.
- Utiliser les logiciels d'automatisation.

PROGRAMME Jour 2

4- Les différentes étapes d'une prospection téléphonique

- Identifier les bonnes pratiques téléphoniques.
- Se préparer et s'entraîner notamment sur :
 - La prise de contact à froid.
 - La prise de contact combiné.
 - La gestion des refus.
 - La collecte d'information.
- Mettre en œuvre l'entretien de prospection.
- Décomposer ses résultats.

5- Utiliser la recommandation

- Reconnaître les moments propices pour recommander.
- Créer une méthodologie de recommandation.

6- S'approprier le fonctionnement du réseautage

- Analyser les réseaux appropriés selon son activité.
- Préparer sa sortie réseaux.
- Identifier les comportements gagnants lors d'événements réseaux.

**Méthodes pédagogiques**

En présentiel ou distanciel.

Formation interactive et pratique : apports théoriques, études de cas, mises en situation, échanges de pratiques.

**Modalités d'évaluation**

- Auto-positionnement avant la formation.
- Quiz et mises en situation pour vérifier l'acquisition des compétences.
- Feedback direct du formateur.

**Modalités d'accès**

- Contact direct avec Isabelle Fourzoli ou via formulaire de contact (07 71 60 39 40 - isabelle.fourzoli@motivente.fr).
- Formation possible après analyse des besoins.
- Délai de réponse : sous 3 semaines.

**Accessibilité**

Personnes en situation de handicap : adaptations possibles sur demande.

**Public concerné**

Chargés d'affaires, commerciaux débutants, commerciaux confirmés.

**Prérequis**

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

**Objectif opérationnel**

Maîtriser la conduite de son entretien de vente pour augmenter ses chances de réussite.

**Durée**

2 jours (14 heures).

**Objectifs pédagogiques**

À 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.
- Déployer une argumentation adaptée à son prospect.
- Analyser les objections et élaborer des réponses adaptées.
- Intégrer l'importance de la conclusion.
- Élaborer une consolidation client rigoureuse.

**Formateur**

Formatrice et commerciale terrain avec + de 17 ans d'expérience commerciale et pratique pédagogique confirmée.

**Lieux**

Dans vos locaux ou en distanciel selon vos besoins.

PROGRAMME Jour 1

1- Analyser son activité de développement

- Identifier ses objectifs de prospection.
- Définir ses attentes en terme de résultats.

2- Préparer pour optimiser sa réussite

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

3- Intégrer les étapes de la vente

- Employer l'attitude appropriée.
- Réussir son introduction.
- Identifier le rôle majeur de la découverte client.
- Reconnaître les motivations majeures d'achats.
- Aiguiser son écoute active.
- Reformuler avec méthodologie.

PROGRAMME Jour 2

3- Intégrer les étapes de la vente (suite)

- Argumenter : Formuler ses réponses en bénéfices clients.
- Persuader le client avec des méthodes éprouvées
- Présenter son offre.
- Identifier les objections et répondre avec méthodologie.

4- Consolider le lien avec le client

- Réaliser des relances efficaces.
- Optimiser le lien avec le prospect.

**Méthodes pédagogiques**

Formation interactive et pratique : apports théoriques, études de cas, mises en situation, échanges de pratiques.

**Modalités d'évaluation**

- Auto-positionnement avant la formation.
- Quiz et mises en situation pour vérifier l'acquisition des compétences.
- Feedback direct du formateur.

**Modalités d'accès**

- Contact direct avec Isabelle Fourzoli ou via formulaire de contact.
- Formation possible après analyse des besoins.
- Délai de réponse : sous 3 semaines.

**Accessibilité**

Personnes en situation de handicap : adaptations possibles sur demande.

**Public concerné**

Chargés d'affaires, commerciaux confirmés.

**Prérequis**

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

**Objectif opérationnel**

Augmenter son taux de retour de vente en renforçant sa posture de commercial impactant.

**Durée**

1 jour (7 heures).

**Objectifs pédagogiques**

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

- Identifier ses axes de progrès dans la vente.
- Rendre sa relation client plus impactante.
- Se différencier dans l'échange client.
- Développer de nouvelles relations clients.

**Formateur**

Formatrice et commerciale terrain avec + de 17 ans d'expérience commerciale et pratique pédagogique confirmée.

**Lieux**

Dans vos locaux ou en distanciel selon vos besoins.

PROGRAMME Jour 1

1- Introduction au métier de commercial

- Le grand compte : définition, approche.
- Optimiser sa posture pour valoriser son image.

2- Organiser son premier contact

- Identifier les différentes possibilités de mises en relation.
- Organiser, préparer, se mettre en situation.

3- Approfondir sa relation client

- Par le lien unique créé avec le client.
- Par sa qualité de questionnement et d'écoute renforcée.
- Par un questionnement pour identifier l'implicite.

PROGRAMME Jour 1(suite)

4- Argumenter et anticiper les freins client

- Argumenter et formuler ses réponses en bénéfices clients.
- Persuader le client avec des méthodes éprouvées.
- Identifier les objections et répondre avec méthodologie.
- S'initier au fonctionnement de la négociation.

5- Engager vers la conclusion et la consolidation du lien**6- Utiliser la recommandation pour développer son impact****Méthodes pédagogiques**

Formation interactive et pratique : apports théoriques, études de cas, mises en situation, échanges de pratiques.

**Modalités d'évaluation**

- Auto-positionnement avant la formation.
- Quiz et mises en situation pour vérifier l'acquisition des compétences.
- Feedback direct du formateur.

**Modalités d'accès**

- Contact direct avec Isabelle Fourzoli ou via formulaire de contact (07 71 60 39 40 - isabelle.fourzoli@motivente.fr).
- Formation possible après analyse des besoins.
- Délai de réponse : sous 3 semaines.

**Accessibilité**

Personnes en situation de handicap : adaptations possibles sur demande.

**Public concerné**

Chargés d'affaires, commerciaux confirmés.

**Prérequis**

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

**Objectif opérationnel**

Augmenter son taux de retour de vente en renforçant sa posture de commercial impactant.

**Durée**

2 jours (14 heures).

**Objectifs pédagogiques**

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

- Identifier ses axes de progrès dans la vente.
- Rendre sa relation client plus impactante.
- Se différencier dans l'échange client.
- Développer de nouvelles relations clients.

**Formateur**

Formatrice et commerciale terrain avec + de 17 ans d'expérience commerciale et pratique pédagogique confirmée.

**Lieux**

Dans vos locaux ou en distanciel selon vos besoins.

PROGRAMME Jour 1

1- Introduction au métier de commercial

- Identifier ses objectifs de vente.
- Identifier ses attentes en terme de résultats.

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 l'attitude appropriée.
- Introduire en pitchant pour rassurer son "prospect grand compte".
- Identifier le rôle majeur de la découverte client.
- Identifier l'implicite derrière l'explicite.

PROGRAMME Jour 2

3- Les étapes de la vente (suite)

- Argumenter : Formuler ses réponses en bénéfices clients.
- Persuader le client avec des méthodes éprouvées.
- Identifier les objections et initier un début de négociation.
- Engager vers la conclusion.

4- Consolider le lien avec le client

- Mettre en place une planification de développement de son "prospect-grand compte".
- Créer une méthodologie de recommandation.

6- S'approprier le fonctionnement du réseautage

- Analyser les réseaux appropriés selon son activité.
- Réaliser des relances efficaces.
- Optimiser le lien avec le prospect.

**Méthodes pédagogiques**

En présentiel ou distanciel.

Formation interactive et pratique : apports théoriques, études de cas, mises en situation, échanges de pratiques.

**Modalités d'évaluation**

- Auto-positionnement avant la formation.
- Quiz et mises en situation pour vérifier l'acquisition des compétences.
- Feedback direct du formateur.

**Modalités d'accès**

- Contact direct avec Isabelle Fourzoli ou via formulaire de contact (07 71 60 39 40 - isabelle.fourzoli@motivente.fr).
- Formation possible après analyse des besoins.
- Délai de réponse : sous 3 semaines.

**Accessibilité**

Personnes en situation de handicap : adaptations possibles sur demande.

**Public concerné**

Chargés d'affaires, commerciaux confirmés.

**Prérequis**

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

**Objectif opérationnel**

Utiliser la préparation mentale pour augmenter sa performance commerciale.

**Durée**

1 jour (7 heures).

**Objectifs pédagogiques**

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

- Renforcer confiance et motivation pour améliorer sa performance commerciale.
- Identifier et exploiter ses points forts tout en travaillant sur ses freins individuels.
- Adopter un état d'esprit positif et constructif pour dépasser les obstacles.
- Gérer efficacement le stress et les émotions lors de situations de vente ou de négociation sous pression.
- Concevoir un plan d'action individuel incluant des routines de performance et des objectifs de process.

**Formateur**

Formatrice et commerciale terrain avec + de 17 ans d'expérience commerciale et pratique pédagogique confirmée.

**Lieux**

Dans vos locaux ou en distanciel selon vos besoins.

PROGRAMME Jour 1**1- Introduction**

- Analyser les similitudes entre le parcours d'un athlète et celui d'un commercial.
- Envisager la performance commerciale comme une véritable performance sportive.
- Identifier les bénéfices de la préparation mentale pour améliorer sa performance.

2- Diagnostic personnel : se situer pour progresser

- Identifier ses forces et ses freins avec la roue de la performance commerciale.
- Définir ses axes de développement grâce à la figure de performance.

3- Adopter un mindset de champion

- Faire évoluer son dialogue interne.
- Remplacer ses croyances limitantes par des croyances génératrices.
- Visualiser la réussite pour se projeter dans le succès.

PROGRAMME Jour 1 (suite)**4- Gérer son stress et ses émotions pour performer sous pression**

- Reconnaître l'impact du stress sur la performance.
- Découvrir les techniques de gestion émotionnelle des sportifs de haut niveau.
- S'entraîner.

5- Développer sa confiance et son engagement

- Cultiver la confiance en soi à travers la fixation d'objectifs de process.
- Identifier ce qui est maîtrisable et accepter ce qui ne l'est pas.
- Créer et tester des routines de performance applicables immédiatement.

**Méthodes pédagogiques**

En présentiel ou distanciel.

Formation interactive et pratique : apports théoriques, études de cas, mises en situation, échanges de pratiques.

**Modalités d'évaluation**

- Auto-positionnement avant la formation.
- Quiz et mises en situation pour vérifier l'acquisition des compétences.
- Feedback direct du formateur.

**Modalités d'accès**

- Contact direct avec Isabelle Fourzoli ou via formulaire de contact (07 71 60 39 40 - isabelle.fourzoli@motivente.fr).
- Formation possible après analyse des besoins.
- Délai de réponse : sous 3 semaines.

**Accessibilité**

Personnes en situation de handicap : adaptations possibles sur demande.

**Public concerné**

Chargés d'affaires, commerciaux débutants, commerciaux confirmés.

**Prérequis**

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

**Objectif opérationnel**

Structurer une négociation selon des étapes à appliquer pour optimiser la transformation.

**Durée**

2 jours (14 heures).

**Objectifs pédagogiques**

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

- Identifier l'intérêt et le rôle de la négociation.
- 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.

**Formateur**

Formatrice et commerciale terrain avec + de 17 ans d'expérience commerciale et pratique pédagogique confirmée.

**Lieux**

Dans vos locaux ou en distanciel selon vos besoins.

PROGRAMME Jour 1

1- Définir les règles en négociation

- Définir la différence entre vendre et négocier.
- Différencier les deux logiques de négociation.
- Identifier les curseurs du pouvoir et être en mesure de les appliquer.
- Utiliser correctement les règles en négociation.

2- La préparation annonciatrice de réussite

- Évaluer la rentabilité de son affaire.
- Définir ses objectifs et marges de négociation.
- Préparer ses arguments et contreparties possibles.
- Estimer les hypothèses du futur client.
- Déterminer sa MESORE (MEilleure SOLutions de REmplacement).
- Analyser le rapport de force.
- Préparer son mental.

PROGRAMME Jour 2

3- Les étapes de la négociation

- Rappeler les règles en vente par le jeu.
- Développer son empathie et son écoute active
- Identifier le processus de création des émotions.
- Utiliser l'assertivité au service de sa négociation.
- Identifier le processus de création des émotions.
- Présenter son offre.
- Répondre aux objections.
- Creuser pour confirmer les demandes de négociations.
- Conclure et engager vers la conclusion.

4- Identifier et déjouer les pièges de ses clients

- Identifier l'inégalité du rapport de force.
- Repérer les pièges, (dévalorisation, menace, urgence, effet columbo) et analyser l'intérêt de tout stopper.

**Méthodes pédagogiques**

En présentiel ou distanciel.

Formation interactive et pratique : apports théoriques, études de cas, mises en situation, échanges de pratiques.

**Modalités d'évaluation**

- Auto-positionnement avant la formation.
- Quiz et mises en situation pour vérifier l'acquisition des compétences.
- Feedback direct du formateur.

**Modalités d'accès**

- Contact direct avec Isabelle Fourzoli ou via formulaire de contact (07 71 60 39 40 - isabelle.fourzoli@motivente.fr).
- Formation possible après analyse des besoins.
- Délai de réponse : sous 3 semaines.

**Accessibilité**

Personnes en situation de handicap : adaptations possibles sur demande.

**Public concerné**

- Entrepreneurs et dirigeants de PME/associations.
- Responsables commerciaux et marketing.
- Chargés de projets internationaux.
- Toute personne souhaitant développer une activité à l'étranger.

**Prérequis**

Niveaux d'études secondaires, notions d'anglais.

**Objectif opérationnel**

Augmenter son taux de réussite dans son développement commercial à l'international.

**Durée**

2 jours (14 heures).

**Objectifs pédagogiques**

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

- Identifier les enjeux et opportunités du commerce international.
- Maîtriser les étapes clés pour développer une activité à l'étranger.
- Adapter son offre, sa communication et sa stratégie commerciale aux marchés internationaux.
- Acquérir des outils pratiques pour la prospection, la négociation et la gestion des opérations export.

**Formateur**

Formatrice et commerciale terrain avec + de 20 ans d'expérience en commerce international et relations interculturelles.

**Lieux**

Dans vos locaux ou en distanciel selon vos besoins.

PROGRAMME Jour 1

1- Introduction au commerce international

- Réaliser un état des lieux des échanges mondiaux et tendances actuelles.
- Identifier les avantages et risques de l'internationalisation.
- Analyser des cas d'entreprises ayant réussi leur expansion.

2- Analyse des marchés étrangers

- Sélectionner les marchés cibles.
- Études de faisabilité et diagnostic export.
- Utiliser les outils de veille et d'intelligence économique.

3- Stratégie commerciale internationale

- Définir son positionnement et adapter son offre.
- Sélectionner des modes d'entrée : export direct, partenariats, filiales, e-commerce.
- Élaborer un plan d'action commercial international.

4- Prospection et négociation

- Identifier les techniques de prospection à l'étranger (salons, plateformes, réseaux).
- Déployer une communication interculturelle et adapter ses argumentaires.
- Utiliser des stratégies de négociation internationale.

PROGRAMME Jour 2

5- Aspects juridiques et réglementaires

- Comprendre le système de douanes, incoterms et contrats internationaux.
- Intégrer les normes et certifications.
- Gérer les risques juridiques et financiers.

6- Logistique et financement

- Organiser des flux logistiques internationaux.
- Sécuriser ses moyens de paiement et ses transactions.
- Trouver les aides publiques et financements export (Bpifrance, UE, ...).

7- Marketing international

- Adapter le mix marketing aux cultures locales.
- Déployer des stratégies digitales pour l'international (SEO multilingue, réseaux sociaux).
- Gérer sa marque et son image à l'étranger.

8- Études et cas pratiques

- S'entraîner à la négociation interculturelle.
- Construire un plan export pour un produit/service.
- Analyser les réussites et les échecs d'entreprises internationales.

**Méthodes pédagogiques**

Formation interactive et pratique : apports théoriques, études de cas, mises en situation, échanges de pratiques.

**Modalités d'évaluation**

- Auto-positionnement avant la formation.
- Quiz et mises en situation pour vérifier l'acquisition des compétences.
- Feedback direct du formateur.

**Modalités d'accès**

- Contact direct avec Isabelle Fourzoli ou via formulaire de contact (07 71 60 39 40 - isabelle.fourzoli@motivente.fr).
- Formation possible après analyse des besoins.
- Délai de réponse : sous 3 semaines.

**Accessibilité**

Personnes en situation de handicap : adaptations possibles sur demande.

**Public concerné**

- Responsables ADV et assistants commerciaux.
- Responsables export et logistique.
- Entrepreneurs et dirigeants de PME.
- Toute personne impliquée dans la gestion des ventes.

**Prérequis**

Niveau études secondaires, notions d'anglais.

**Objectif opérationnel**

Administrez vos ventes en France et à l'export.

**Durée**

2 jours (14 heures).

**Objectifs pédagogiques**

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

- Identifier le rôle et les missions de l'administration des ventes (ADV).
- Maîtriser les procédures de gestion des commandes en France et à l'export.
- Utiliser les aspects contractuels, fiscaux et douaniers liés aux ventes internationales..
- Développer des compétences pratiques en suivi client, facturation et logistique..

**Formateur**

Formatrice et commerciale terrain avec + de 20 ans d'expérience en commerce international et relations interculturelles.

**Lieux**

Dans vos locaux ou en distanciel selon vos besoins.

PROGRAMME Jour 1**1- Introduction à l'administration des ventes**

- Définir le rôle de l'ADV dans l'entreprise.
- Identifier les différences entre ADV France et ADV Export.
- Organiser ses interactions avec les services commerciaux, logistiques et financiers.

2- Gestion des commandes en France

- Créer des processus de réception et validation des commandes.
- Analyser des conditions générales de vente/achat (CGV/CGA) et obligations légales.
- Comprendre la facturation, TVA et suivi des paiements.
- Trouver des leviers lors de gestion des litiges.

3- Gestion des commandes à l'export

- Identifier les spécificités des ventes internationales.
- Compiler les documents commerciaux et douaniers (facture pro forma, certificat d'origine, etc.).
- Reconnaître les incoterms et responsabilités vendeur/acheteur.
- Utiliser les moyens de paiement internationaux (crédit documentaire, virement SWIFT, etc.).

PROGRAMME Jour 1 (suite)**4- Logistique et transport**

- Organiser des expéditions en France et à l'international.
- Sélectionner des prestataires logistiques et transitaires.
- Suivre des livraisons et gestion des retours.
- Utiliser les assurances transport et gestion des risques.

PROGRAMME Jour 2**5- Aspects juridiques et réglementaires**

- Appréhender les contrats de vente en France et à l'export.
- Analyser les normes et certifications (CE, ISO, etc.).
- Se conformer à la réglementation douanière et fiscale.
- Gérer les contentieux internationaux.

6- Outils et systèmes de gestion

- Comparer les ERP et logiciels de gestion commerciale.
- Déployer des tableaux de bord ADV et indicateurs de performance.
- Digitaliser ses processus (EDI, CRM, automatisation).

7- Communication et interculturalité

- Comparer les relations client en contexte national vs international.
- Adapter ses pratiques commerciales aux cultures étrangères.
- Identifier les différences linguistiques et contractuelles.

**Méthodes pédagogiques**

Formation interactive et pratique : apports théoriques, études de cas, mises en situation, échanges de pratiques.

**Modalités d'évaluation**

- Auto-positionnement avant la formation.
- Quiz et mises en situation pour vérifier l'acquisition des compétences.
- Feedback direct du formateur.

**Modalités d'accès**

- Contact direct avec Isabelle Fourzoli ou via formulaire de contact (07 71 60 39 40 - isabelle.fourzoli@motivente.fr).
- Formation possible après analyse des besoins.
- Délai de réponse : sous 3 semaines.

**Accessibilité**

Personnes en situation de handicap : adaptations possibles sur demande.

Parcours
de 5 jours**Public concerné**

Chargés d'affaires, commerciaux débutants, commerciaux confirmés et Inside sales executive.

**Prérequis**

En contact avec les clients et fournisseurs français et internationaux.
Connaissance d'une langue étrangère. Usage du téléphone et du mail.

**Objectif opérationnel**

- S'initier aux fondamentaux de la vente.
- Adapter sa posture dans un environnement interculturel.
- Développer une méthodologie pour optimiser ses partenariats à l'international.
- Identifier des techniques de développement de la clientèle.
- Conduire un entretien selon la culture pour augmenter ses chances de réussite.
- Mettre en oeuvre une négociation sur mesure pour gagner des ventes en milieu interculturel.

**Durée**

2 jours (14 heures).

**Objectifs pédagogiques**

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

- Mesurer le rôle central de la fonction de commerciale.
- Adapter sa posture dans un environnement interculturel.
- Créer un fichier de prospection adapté à son activité.
- Identifier les canaux de prospection les plus efficaces .
- Utiliser le téléphone pour prendre des RDV.
- Définir la notion de culture dans son ensemble.
- S'initier aux dimensions culturelles selon G.Hofstede, E-T.Hall, F.Trompenaa.
- Analyser les moments pour prospecter différemments (recommandations, autres réseaux).
- Comprendre les styles de management à l'international.
- Développer une approche communicative novatrice et universelle.
- Mener une découverte complète du client.
- S'appropriier les différences culturelles pour adapter son argumentation et anticiper les objections clients.
- Utiliser les règles de négociation pour mieux défendre son offre selon la culture.
- Anticiper un conflit à l'international.
- Engager le partenaire vers la signature.

**Formateur**

Formatrice et commerciale terrain avec + de 17 ans d'expérience commerciale et pratique pédagogique confirmée et formatrice avec + de 20 ans d'expérience en commerce international et relations interculturelles.

**Lieux**

Dans vos locaux ou en distanciel selon vos besoins.

Parcours
 de **5** jours

PROGRAMME Jour 1

LA PROSPECTION COMMERCIALE**1- Mesurer le rôle central de l'activité commerciale**

- Définir ses objectifs et attentes.
- Organiser son activité commerciale.

2- Créer son fichier de prospection

- Définir sa cible, les informations pertinentes à obtenir.
- S'organiser pour performer dans la prospection.

3- Les différentes étapes d'une prospection téléphonique

- Les bonnes pratiques pour une prospection combinée.
- Déterminer son texte d'accroche.
- Se préparer, s'entraîner.
- Décomposer ses résultats.

4- Utiliser la recommandation et le fonctionnement du réseautage

- Définir les situations propices à la recommandation.
- Créer une méthodologie de recommandation et de réseautage.

PROGRAMME Jour 2

LES FONDAMENTAUX DE LA VENTE**1- L'intérêt d'un entretien de vente**

- Identifier ses objectifs et attentes.
- Le rôle d'un rendez-vous commercial

2- Les étapes d'un premier rendez-vous commercial

- Créer un climat de confiance impactant.
- Réussir son introduction.
- Identifier le rôle majeur de la découverte client.
- Reconnaître les motivations majeures d'achats.
- Reformuler avec méthodologie.
- Argumenter : Formuler ses réponses en bénéfices clients.
- Persuader le client avec des méthodes éprouvées.
- Identifier les objections et répondre avec méthodologie.
- Engager vers la conclusion.

3- Consolider le lien avec le client

- Réaliser des relances efficaces.
- Optimiser le lien avec le prospect.

PROGRAMME Jour 3

LA NÉGOCIATION ET LA COMMUNICATION INTERPERSONNELLE**1- Règles en négociation et préparation**

- Différencier les deux logiques de négociation.
- Utiliser correctement les règles en négociation.
- Évaluer la rentabilité de son affaire afin de déterminer sa MESORE.
- Préparer ses arguments et contreparties possibles.

2- Présenter son offre

- Optimiser sa posture.
- Défendre son prix.
- Mettre en œuvre sa négociation.
- Engager vers la signature.

3- La communication interpersonnelle

- Définition.
- Communiquer efficacement.
- Communication verbale et non-verbale.
- Pratiquer l'écoute active.

4- La notion de culture

- Définir la culture.
- Comprendre l'iceberg culturel.
- Les éléments de la culture.
- La langue et le langage.
- Le langage verbal et non-verbal.

Parcours
 de **5** jours

PROGRAMME Jour 4

**L'ANALYSE DES
DIFFÉRENCES CULTURELLES**
1- Analyser une culture

- Découvrir les dimensions culturelles selon Hofstede, Hall et Trompenaars.
- Identifier les obstacles à la communication.
- Les stéréotypes et les préjugés.

2- Travailler en milieu multiculturel

- Les modèles culturels.
- La culture d'entreprise.
- Le modèle des 3 R.
- Gestion de la multiculturalité.
- La communication en milieu interculturel.
- Les barrières à la communication interculturelle.

3- Gestion des conflits

- La gestion du stress.
- La gestion des conflits.
- Les modèles de gestion des conflits.
- Gérer un conflit en milieu multiculturel.

PROGRAMME Jour 5

**LE DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES
À L'INTERNATIONAL**
1- Les styles de management à l'international

- Comprendre les différents styles.
- Animer une équipe multiculturelle.
- Les compétences clefs pour la gestion d'équipe multiculturelle.

2- Le protocole des affaires

- Préparer une visite professionnelle à l'étranger.
- Préparer son entretien avec un partenaire étranger.
- Adapter sa posture et son discours.
- Négocier avec un partenaire étranger.

3- Le développement à l'international

- Le macro-environnement.
- Le diagnostic export.
- L'étude de faisabilité.
- Les risques d'échecs.

**Méthodes pédagogiques**

En présentiel ou distanciel.

Formation interactive et pratique : apports théoriques, études de cas, mises en situation, échanges de pratiques.

**Modalités d'évaluation**

- Auto-positionnement avant la formation.
- Quiz et mises en situation pour vérifier l'acquisition des compétences.
- Feedback direct du formateur.

**Modalités d'accès**

- Contact direct avec Isabelle Fourzoli ou via formulaire de contact (07 71 60 39 40 - isabelle.fourzoli@motivente.fr).
- Formation possible après analyse des besoins.
- Délai de réponse : sous 3 semaines.

**Accessibilité**

Personnes en situation de handicap : adaptations possibles sur demande.



2 | DÉVELOPPER SON IMPACT RELATIONNEL AUPRÈS DES CLIENTS



**Public concerné**

Personnel administratif, accueil, assistant(e) commerciale, assistant(e) opérationnel.

**Prérequis**

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

**Objectif opérationnel**

Augmenter l'impact positif d'un échange téléphonique.

**Durée**

2 jours (14 heures).

**Objectifs pédagogiques**

- Maîtriser les usages téléphoniques.
- Adapter sa communication pour mettre en valeur son image et celle de l'entreprise.
- Optimiser l'usage du mail auprès du client et dans les transmissions d'information.
- Détecter les opportunités de vente.
- Identifier un litige client et le traiter en autonomie.

**Formateur**

Formatrice et commerciale terrain avec + de 17 ans d'expérience commerciale et pratique pédagogique confirmée.

**Lieux**

Dans vos locaux ou en distanciel selon vos besoins.

PROGRAMME Jour 1

1- Définir l'expérience mémorable du point de vue client

- Introduction.
- Se différencier par la qualité de la relation.
- Se différencier par la qualité de travail.

2- Augmenter son impact positif

- Renforcer sa posture, son leadership (travail filmé).
- Mettre en confiance un client.
- Organiser sa prospection dans son agenda.
- Créer des indicateurs d'efforts et de performance.

3- Saisir une opportunité de vente additionnelle

- Identifier les étapes de la vente.
- Utiliser le questionnement de façon non invasive.
- Se créer un mémo adapté à son activité.
- Argumenter de façon impactante (parler en bénéfices clients/+ savoir être).

PROGRAMME Jour 2

4- Détecter les situations tendues

- Analyser la différence entre situation tendue et divergence.
- Comprendre les règles des émotions.
- Désamorcer l'émotion du client.
- Réguler ses propres émotions face à des situations difficiles.
- Communiquer avec assertivité (test et analyse).
- Dire non sans entrer en conflit.

**Méthodes pédagogiques**

En présentiel ou distanciel.

Formation interactive et pratique : apports théoriques, études de cas, mises en situation, échanges de pratiques.

**Modalités d'évaluation**

- Auto-positionnement avant la formation.
- Quiz et mises en situation pour vérifier l'acquisition des compétences.
- Feedback direct du formateur.

**Modalités d'accès**

- Contact direct avec Isabelle Fourzoli ou via formulaire de contact (07 71 60 39 40 - isabelle.fourzoli@motivente.fr).
- Formation possible après analyse des besoins.
- Délai de réponse : sous 3 semaines.

**Accessibilité**

Personnes en situation de handicap : adaptations possibles sur demande.

**Public concerné**

Collaborateurs en production, en exploitation, en opérationnel.

**Prérequis**

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

**Objectif opérationnel**

Analyser en autonomie la demande du client et s'assurer de la réaliser en optimisant sa satisfaction.

**Durée**

1 jour (7 heures).

**Objectifs pédagogiques**

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

- Adapter sa communication pour mettre en valeur son image et celle de l'entreprise.
- Appréhender les enjeux d'une prestation du point de vue client.
- Identifier les situations délicates avec un client.
- Communiquer avec assertivité.

**Formateur**

Formatrice et commerciale terrain avec + de 17 ans d'expérience commerciale et pratique pédagogique confirmée.

**Lieux**

Dans vos locaux ou en distanciel selon vos besoins.

PROGRAMME Jour 1

1- Optimiser sa posture pour valoriser son image

- Renforcer l'image de l'entreprise.
- S'approprier les différentes formes de communication.
- Rassurer par l'utilisation du vocabulaire adapté.

2- Par la qualité du travail effectué

- Mesurer l'enjeu du besoin client et le reformuler correctement.
- Identifier la demande et la motivation du client en adéquation avec la prestation vendue.
- Optimiser le rendu de l'offre, du produit ou de la prestation.

3- Identifier les situations délicates avec un client

- Identifier l'ampleur de la situation de conflits éventuels.
- Creuser une réclamation client.
- Traiter une urgence, un client envahissant, une demande impossible sans pénaliser son activité.
- Communiquer avec assertivité.
- Dire non sans entrer en conflit.

**Méthodes pédagogiques**

En présentiel ou distanciel.

Formation interactive et pratique : apports théoriques, études de cas, mises en situation, échanges de pratiques.

**Modalités d'évaluation**

- Auto-positionnement avant la formation.
- Quiz et mises en situation pour vérifier l'acquisition des compétences.
- Feedback direct du formateur.

**Modalités d'accès**

- Contact direct avec Isabelle Fourzoli ou via formulaire de contact (07 71 60 39 40 - isabelle.fourzoli@motivente.fr).
- Formation possible après analyse des besoins.
- Délai de réponse : sous 3 semaines.

**Accessibilité**

Personnes en situation de handicap : adaptations possibles sur demande.

**Public concerné**

Technicien réalisant des ventes additionnelles.

**Prérequis**

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

**Objectif opérationnel**

Comprendre en autonomie la demande du client et adopter une posture de service client.

**Durée**

2 jours (14 heures).

**Objectifs pédagogiques**

- Appréhender les enjeux d'une prestation du point de vue client.
- Adapter sa communication pour mettre en valeur son image et celle de l'entreprise.
- Mener une découverte complète.
- Déployer une argumentation adaptée à son client.
- Définir l'objection client et élaborer les réponses adaptées.
- S'approprier les fondamentaux de la négociation pour défendre son offre.

**Formateur**

Formatrice et commerciale terrain avec + de 17 ans d'expérience commerciale et pratique pédagogique confirmée.

**Lieux**

Dans vos locaux ou en distanciel selon vos besoins.

PROGRAMME Jour 1

1- Appréhender Les besoins et les attentes du point de vue client

- Se questionner sur la connaissance du contexte.
- La fiche du client : ses besoins, ses envies, ses douleurs, ses freins.

2- Définir l'expérience mémorable du point de vue client

- Introduction.
- Se différencier par la qualité de la relation.
- Se différencier par la qualité de travail.

3- Définir la vente et la notion de vendeur

- Analyser le niveau de confiance du client.
- Identifier et lever les blocages relatifs à la vente.
- Définir quels vendeurs vous êtes.

4- Saisir une opportunité de vente additionnelle

- Définir les étapes de la vente.
- Identifier le rôle de la découverte.
- Appliquer l'écoute active.
- Reformuler en engageant.
- Argumenter de façon impactante.

PROGRAMME Jour 2

5- Rappel des étapes de la vente

- Jeux de cartes.
- Mises en situations.

6 - Augmenter son questionnement pour identifier l'implicite derrière l'explicite

- La règle des 5 "pourquoi".
- La technique de la question miroir.
- L'audit des accusations pour la reformulation.
- Mises en situation.

7- S'initier à la négociation pour gagner des ventes

- Mesurer l'intérêt d'une réponse immédiate.
- Identifier les objections et identifier s'il s'agit d'une objection ou d'une demande de remise.
- S'approprier les règles de base en négociation.
- Présenter son offre et répondre correctement à un "c'est cher, c'est trop cher".
- Engager le client vers une validation.

**Méthodes pédagogiques**

En présentiel ou distanciel.

Formation interactive et pratique : apports théoriques, études de cas, mises en situation, échanges de pratiques.

**Modalités d'évaluation**

- Auto-positionnement avant la formation.
- Quiz et mises en situation pour vérifier l'acquisition des compétences.
- Feedback direct du formateur.

**Modalités d'accès**

- Contact direct avec Isabelle Fourzoli ou via formulaire de contact (07 71 60 39 40 - isabelle.fourzoli@motivente.fr).
- Formation possible après analyse des besoins.
- Délai de réponse : sous 3 semaines.

**Accessibilité**

Personnes en situation de handicap : adaptations possibles sur demande.

**Public concerné**

Technicien réalisant des ventes additionnelles.

**Prérequis**

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

**Objectif opérationnel**

Faire face aux situations de blocages en clientèle.

**Durée**

2 jours (14 heures).

**Objectifs pédagogiques**

- Identifier les situations de tensions potentielles.
- Diagnostiquer les attentes et préoccupations des clients.
- Développer les techniques de communications adaptées.
- Adopter une posture assertive et empathique.
- Traiter les situations commerciales difficiles.
- Gérer les situations délicates en clientèle pour gagner en efficacité.

**Formateur**

Formatrice et commerciale terrain avec + de 17 ans d'expérience commerciale et pratique pédagogique confirmée.

**Lieux**

Dans vos locaux ou en distanciel selon vos besoins.

PROGRAMME Jour 1

1- Identifier les situations sensibles

- Les classer par typologie.
- Analyser les différentes façons de réagir du point de chacun.

2- Appréhender Les besoins et les attentes du point de vue client

- Introduire la notion d'émotion.
- Se questionner sur la connaissance du contexte.
- La fiche client : Ses besoins, ses envies, ses douleurs, ses freins.
- Analyser le lien entre mécontentement et besoin non respecté.

3- Adapter sa communication

- Utiliser la règle des 3 V dans son attitude.
- Identifier ses soft skills.
- Différencier situations personnelles et extérieures.

PROGRAMME Jour 2

4- Pendant le processus de vente

- Identifier et traiter une objection.
- Identifier la possibilité d'entrée en négociation.
- Préparer sa négociation pour en optimiser sa réussite.
- Utiliser les règles en négociation avec mises en situation.

5- Anticiper et traiter les réclamations clients

- Analyser la différence entre situation tendue et divergence.
- Utiliser les techniques de questionnement et d'écoute.
- Reformuler les faits et émotions.

6- Communiquer avec assertivité

- Aiguiser son écoute active.
- Pratiquer les différents questionnements : ouvert, de conséquences, questions miroirs.
- Définir l'assertivité.
- Introduire le DESC dans son argumentation.
- Dire non en engageant un accord.

**Méthodes pédagogiques**

En présentiel ou distanciel.

Formation interactive et pratique : apports théoriques, études de cas, mises en situation, échanges de pratiques.

**Modalités d'évaluation**

- Auto-positionnement avant la formation.
- Quiz et mises en situation pour vérifier l'acquisition des compétences.
- Feedback direct du formateur.

**Modalités d'accès**

- Contact direct avec Isabelle Fourzoli ou via formulaire de contact (07 71 60 39 40 - isabelle.fourzoli@motivente.fr).
- Formation possible après analyse des besoins.
- Délai de réponse : sous 3 semaines.

**Accessibilité**

Personnes en situation de handicap : adaptations possibles sur demande.

Public concerné

Aucun.

**Prérequis**

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

**Objectif opérationnel**

Identifier le mécanisme des émotions lors d'échanges clients afin d'optimiser sa connaissance de soi et sa communication avec le client.

**Durée**

1 jour (7 heures).

**Objectifs pédagogiques**

- Définir et analyser les émotions primaires et secondaires et leurs origines.
- Identifier ses propres réactions émotionnelles et les gérer efficacement.
- Mettre en place des stratégies de régulation émotionnelle.
- Appliquer les principes de la communication non violente (CNV) pour gérer les conflits émotionnels.

**Formateur**

Formatrice et commerciale terrain avec + de 17 ans d'expérience commerciale et pratique pédagogique confirmée.

**Lieux**

Dans vos locaux ou en distanciel selon vos besoins.

PROGRAMME Jour 1

1- Introduction aux émotions dans la vente

- Identifier ses objectifs de prospection.
- L'impact dans la performance commerciale.

2- Le mécanisme des émotions

- Les classer et les identifier.
- Comprendre le fonctionnement de la roue des émotions.
- Identifier les comportements qui en découlent.

3- Réguler ses propres émotions face à des situations difficiles

- Trouver le besoin non satisfait.
- S'approprier son intelligence émotionnelle.
- Utiliser la pensée alternative.

4- L'art de capter les émotions de son client

- Aiguiser son écoute active.
- Identifier et analyser les émotions d'un client.
- Analyser l'utilité de sa compréhension en clientèle.

5- Sortir d'une situation conflictuelle

- Sortir d'une situation conflictuelle en utilisant la communication non violente.
- S'approprier la règle de l'OSBD.
- Reconnaître le lien entre gestion émotionnelle et sa réussite dans son métier.

**Méthodes pédagogiques**

En présentiel ou distanciel.

Formation interactive et pratique : apports théoriques, études de cas, mises en situation, échanges de pratiques.

**Modalités d'évaluation**

- Auto-positionnement avant la formation.
- Quiz et mises en situation pour vérifier l'acquisition des compétences.
- Feedback direct du formateur.

**Modalités d'accès**

- Contact direct avec Isabelle Fourzoli ou via formulaire de contact (07 71 60 39 40 - isabelle.fourzoli@motivente.fr).
- Formation possible après analyse des besoins.
- Délai de réponse : sous 3 semaines.

**Accessibilité**

Personnes en situation de handicap : adaptations possibles sur demande.

**Public concerné**

Tous, managers, opérationnels.

**Prérequis**

Aucun.

**Objectif opérationnel**

S'affirmer avec respect et clarté pour prévenir et réguler les tensions relationnelles.

**Durée**

2 jours (14 heures).

**Objectifs pédagogiques****À l'issue de la formation, le participant sera capable de :**

- Maîtriser ses émotions et les réguler dans la relation avec soi et avec les autres.
- Identifier ses peurs relationnelles et leurs impacts sur sa posture.
- Comprendre les comportements inappropriés (fuite, agressivité, manipulation) et leurs origines.
- Répondre de manière assertive sans brusquer, en posant ses limites et en mobilisant l'écoute active.
- Développer sa confiance en soi et son assertivité pour s'affirmer avec respect et clarté.

**Formateur**

Formatrice et commerciale terrain avec + de 17 ans d'expérience commerciale et pratique pédagogique confirmée.

**Lieux**

Dans vos locaux ou en distanciel selon vos besoins.

PROGRAMME Jour 1

1- Les principes de la communication et de la non-communication

- Les fondamentaux de la communication interpersonnelle.
- Intention, message, perception et filtres.
- Interprétations et malentendus en milieu professionnel.

2- Conflits : du désaccord à la tension

- Différencier désaccord, tension et conflit relationnel.
- Sources fréquentes de conflits relationnels en milieu professionnel.
- Le conflit comme signal et comme opportunité de clarification.

3- Le mécanisme des émotions

- Identifier et classer ses émotions.
- Reconnaître les déclencheurs émotionnels dans la relation.
- Relier émotions et besoins non satisfaits.
- Les astuces pour réguler ses émotions.

4- L'identification des peurs qui empêchent de s'affirmer

- Identifier les peurs relationnelles (conflits, dire non, ne pas être aimé...).
- Stratégies d'évitement et leurs conséquences.
- Relier émotions et besoins non satisfaits.

PROGRAMME Jour 2

5- L'assertivité : une posture relationnelle

- Définition de l'assertivité.
- Nommer les 4 comportements relationnels et leur impact sur la relation.

6- Réflexes relationnels et jeux psychologiques

- Les états du moi : Parent / Enfant / Adulte.
 - Les irritants relationnels et réponses automatiques.
 - Le triangle de Karpman : Victime / Sauveur / Persécuteur.
- Sortir des jeux relationnels.

7- Faire face à la mauvaise foi et aux situations complexes

- Comprendre la mauvaise foi comme stratégie relationnelle.
- Repérer les signaux de manipulation, de blocage ou de déviation du sujet.
- Clarifier l'objectif relationnel et mobiliser l'écoute active.
- Utiliser une réponse assertive pour sortir de l'impasse.

8- S'affirmer concrètement : poser ses limites et dire non

- Dire non de manière assertive et poser un cadre clair.
- Formuler une demande avec la méthode OSBD.
- Premiers principes de négociation.

**Méthodes pédagogiques**

Formation interactive et pratique : apports théoriques, études de cas, mises en situation, échanges de pratiques.

**Modalités d'évaluation**

- Auto-positionnement avant la formation.
- Quiz et mises en situation pour vérifier l'acquisition des compétences.
- Feedback direct du formateur.

**Modalités d'accès**

- Contact direct avec Isabelle Fourzoli ou via formulaire de contact (07 71 60 39 40 - isabelle.fourzoli@motivente.fr).
- Formation possible après analyse des besoins.
- Délai de réponse : sous 3 semaines.

**Accessibilité**

Personnes en situation de handicap : adaptations possibles sur demande.

**Public concerné**

Tout public.

**Prérequis**

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

**Objectif opérationnel**

Augmenter sa présence à l'oral par des techniques éprouvées.

**Durée**

2 jours (14 heures).

**Objectifs pédagogiques**

- Identifier les enjeux de la prise de parole selon le contexte et l'auditoire.
- Analyser l'impact de son image et de sa posture à l'oral.
- Décrypter les techniques de la rhétorique (ethos, pathos, logos) pour renforcer son argumentation.
- Structurer son discours de façon à le rendre clair, cohérent et percutant.
- Identifier les effets du stress sur la voix et la posture, et appliquer des techniques pour le réguler.
- Analyser les points forts et les points faibles de son vocal.

**Formateur**

Formatrice et commerciale terrain avec + de 17 ans d'expérience commerciale et pratique pédagogique confirmée.

**Lieux**

Dans vos locaux ou en distanciel selon vos besoins.

PROGRAMME Jour 1

1- Préparer un discours percutant et cohérent

- Comprendre les enjeux de la prise de parole selon le contexte et le public.
- Structurer son message avec les piliers de la rhétorique : ethos, pathos, logos.
- Organiser ses idées pour un discours clair et impactant.

2- Gérer son stress pour gagner en aisance

- Identifier les sources de trac et leurs manifestations.
- Mettre en place des techniques de respiration et d'ancrage.
- Transformer le stress en énergie positive.

3- Adopter une posture de leader à l'oral

- Travailler l'alignement verbal, vocal et visuel.
- Ajuster sa gestuelle et son regard pour renforcer sa crédibilité.
- Développer une voix posée, assurée et expressive.

PROGRAMME Jour 2

4- Soigner sa diction et sa présence vocale

- Identifier ses points forts et axes d'amélioration vocaux.
- Pratiquer des exercices de diction et d'articulation (exercices filmés).
- Faire une auto-analyse et recevoir celle des autres.
- Installer un rythme et une intonation au service du message.

5- Utiliser la recommandation

- Reconnaître les moments propices pour recommander.
- Créer une méthodologie de recommandation.

6- S'approprier le fonctionnement du réseautage

- Analyser les réseaux appropriés selon son activité.
- Préparer sa sortie réseaux.
- Identifier les comportements gagnants lors d'événements réseaux.

**Méthodes pédagogiques**

En présentiel ou distanciel.

Formation interactive et pratique : apports théoriques, études de cas, mises en situation, échanges de pratiques.

**Modalités d'évaluation**

- Auto-positionnement avant la formation.
- Quiz et mises en situation pour vérifier l'acquisition des compétences.
- Feedback direct du formateur.

**Modalités d'accès**

- Contact direct avec Isabelle Fourzoli ou via formulaire de contact (07 71 60 39 40 - isabelle.fourzoli@motivente.fr).
- Formation possible après analyse des besoins.
- Délai de réponse : sous 3 semaines.

**Accessibilité**

Personnes en situation de handicap : adaptations possibles sur demande.



3 | PILOTER SA STRATÉGIE COMMERCIALE



**Public concerné**

Manager qui prend un poste en main.

**Prérequis**

Avoir commencé à manager.

**Objectif opérationnel**

Affirmer son management avec sens.

**Durée**

3 jours (21 heures).

**Objectifs pédagogiques**

- 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.
- Identifier, anticiper et agir face aux situations de stress.

**Formateur**

Formatrice et commerciale terrain avec + de 17 ans d'expérience commerciale et pratique pédagogique confirmée.

**Lieux**

Dans vos locaux ou en distanciel selon vos besoins.

PROGRAMME Jour 1

AFFIRMER SA POSTURE DE MANAGER EN TANT QUE LEADER

1- Le rôle du manager dans son ensemble

- Déterminer les trois dimensions managériales : leader, pilote et coach.
- Prendre conscience de l'impact de sa posture.
- Identifier les styles de management.

2- Focus sur le rôle de leader

- Développer ses soft skills.
- Travailler sa posture d'autorité.
- Valoriser ses collaborateurs par la reconnaissance.
- Intégrer les Accords Toltèques comme style de management.

PROGRAMME Jour 2

PILOTER L'ACTIVITÉ AU QUOTIDIEN

3- Focus sur le rôle de pilote

- Définir des objectifs SMART.
- Déterminer les facteurs de performances avec des indicateurs d'effort et d'efficacité.
- Prioriser ses actions et celles de l'équipe.
- Communiquer au quotidien (indicateurs, one to one, réunions).
- Déterminer le rôle des entretiens annuels structurés.

4- Focus sur le rôle de coach

- Définition des compétences.
- Développer l'écoute active, la reformulation et le questionnement.
- Favoriser la montée en compétence par un accompagnement individualisé.

PROGRAMME Jour 3

GÉRER LES SITUATIONS SENSIBLES AVEC ASSERVITÉ

5- La gestion des tensions

- Identifier les émotions et les comportements qui en découlent.
- Reconnaître les signes de stress (chez soi et chez les autres).
- Réguler ses propres émotions.
- Déterminer les besoins fondamentaux (SCARF / Maslow).

6- La gestion des conflits

- Conduire un recadrage assertif.
- Valoriser même dans une situation délicate.
- Réguler les déséquilibres (incompétence, surqualification, surcharge, déresponsabilisation...).

**Méthodes pédagogiques**

Formation interactive et pratique : apports théoriques, études de cas, mises en situation, échanges de pratiques.

**Modalités d'évaluation**

- Auto-positionnement avant la formation.
- Quiz et mises en situation pour vérifier l'acquisition des compétences.
- Feedback direct du formateur.

**Modalités d'accès**

- Contact direct avec Isabelle Fourzoli ou via formulaire de contact (07 71 60 39 40 - isabelle.fourzoli@motivente.fr).
- Formation possible après analyse des besoins.
- Délai de réponse : sous 3 semaines.

**Accessibilité**

Personnes en situation de handicap : adaptations possibles sur demande.

**Public concerné**

Gérants et présidents de sociétés, Directeur des ventes, Responsables commerciaux.

**Prérequis**

Expérience en ventes.

**Objectif opérationnel**

Augmenter l'implication de son personnel et Adopter une posture de leader.

**Durée**

2 jours (14 heures).

**Objectifs pédagogiques**

À 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.

**Formateur**

Formatrice et commerciale terrain avec + de 17 ans d'expériences commerciale et pratique pédagogique confirmée.

**Lieux**

Dans vos locaux ou en distanciel selon vos besoins.

PROGRAMME Jour 1**1- Savoir être un leader légitime**

- Développer la connaissance de soi.
- Communiquer en développant sa posture d'autorité.
- Définir 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- Manager des équipes au quotidien

- Identifier les facteurs de motivation.
 - Les modèles SCARP.
 - Cultiver la transparence et la confiance.
 - Cultiver le lien avec vos équipes.
 - Identifier les axes de valorisation.

PROGRAMME Jour 2**4- Manager des situations délicates**

- 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 pour anticiper les dérives.
 - Planifier des réunions à valeur ajoutée (présentiels et distanciels).
- Analyser son activité.
 - Analyser objectivement les résultats avec ses équipes.
 - Identifier les dérives de l'offre vendue.

5- Manager les situations délicates

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

**Méthodes pédagogiques**

En présentiel ou distanciel.

Formation interactive et pratique : apports théoriques, études de cas, mises en situation, échanges de pratiques.

**Modalités d'évaluation**

- Auto-positionnement avant la formation.
- Quiz et mises en situation pour vérifier l'acquisition des compétences.
- Feedback direct du formateur.

**Modalités d'accès**

- Contact direct avec Isabelle Fourzoli ou via formulaire de contact (07 71 60 39 40 - isabelle.fourzoli@motivente.fr).
- Formation possible après analyse des besoins.
- Délai de réponse : sous 3 semaines.

**Accessibilité**

Personnes en situation de handicap : adaptations possibles sur demande.

**Public concerné**

Dirigeants, Directeurs des ventes, Responsables commerciaux.

**Prérequis**

diriger une entreprise, diriger une équipes de ventes.

**Objectif opérationnel**

Définir une organisation commerciale afin de faire progresser ses équipes dans le but d'augmenter ses résultat.

**Durée**

1 jours (7 heures).

**Objectifs pédagogiques**

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

- Définir une organisation commerciale adaptée à son activité.
- Mettre en oeuvre l'arrivée d'un collaborateur pour plus d'engagement.
- Construire une organisation équitable pour faire progresser ses collaborateurs.

**Formateur**

Formatrice et commerciale terrain avec + de 17 ans d'expérience commerciale et pratique pédagogique confirmée.

**Lieux**

Dans vos locaux ou en distanciel selon vos besoins.

PROGRAMME Jour 1

1- Le préalable à la montée en puissance d'une équipe de ventes

- Déterminer son chiffre d'affaires à 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.

2- La traçabilité des forces de vente aux quotidien

- L'accueil du collaborateur à la mise en place du poste.
 - Définir des objectifs SMART.
 - Identifier les outils adaptés.
 - Coaché pour rendre autonome.
- Le suivi des indicateurs.
 - Indicateurs de performance.
 - Indicateurs d'efforts.
 - Mise en place de suivi des indicateurs/auto-responsabilisation.
 - Ajustement.
- Communiquer, tracer pour performer.
 - Mise en place de one to one pour anticiper les dérives.
 - Planifier des réunions de groupe à valeur ajoutée.
 - Créer des challenges motivants.
 - Identifier son style de management.

**Méthodes pédagogiques**

En présentiel ou distanciel.

Formation interactive et pratique : apports théoriques, études de cas, mises en situation, échanges de pratiques.

**Modalités d'évaluation**

- Auto-positionnement avant la formation.
- Quiz et mises en situation pour vérifier l'acquisition des compétences.
- Feedback direct du formateur.

**Modalités d'accès**

- Contact direct avec Isabelle Fourzoli ou via formulaire de contact (07 71 60 39 40 - isabelle.fourzoli@motivente.fr).
- Formation possible après analyse des besoins.
- Délai de réponse : sous 3 semaines.

**Accessibilité**

Personnes en situation de handicap : adaptations possibles sur demande.

L'ACCOMPAGNEMENT INDIVIDUEL



LES ENJEUX

Vous êtes unique et vous méritez un accompagnement adapté à vos besoins.

L'accompagnement s'adresse à toutes personnes souhaitant être aidées dans la stratégie commerciale, le management commercial, la vente, la négociation.

1^{er} profil :

Les chefs d'entreprises souhaitent se faire accompagner pour définir leurs objectifs et suivre les performances de leurs collaborateurs.

2^e profil :

Les directeurs des ventes veulent monter en compétence sur la façon dont ils accompagnent leurs commerciaux avec les indicateurs adaptés.

3^e profil :

Les commerciaux souhaitent progresser mais n'arrivent pas à utiliser la théorie apprise en formation.

**Vous voulez vous améliorer mais sans savoir comment ?
et si l'accompagnement individualisé était la solution pour vous ?**

LES ÉTAPES

PREMIÈRE PHASE :

La première séance permet d'analyser et formaliser la situation actuelle, la situation souhaitée et la façon dont l'accompagnement va s'articuler. Nous définissons le nombre et la fréquence des réunions selon votre besoin et votre budget.

DEUXIÈME PHASE :

Des réunions de suivi individualisées sont réalisées en présentiel ou en distanciel. Selon le cas de figure, des temps de formation, de questionnement sont utilisés. Nous faisons systématiquement des mises en situation de travail suivies de feed-back afin de permettre à l'apprenant de prendre du recul sur sa mise en œuvre.

La méthodologie utilisée est soit :

- De questionner pour adapter la théorie à votre cas de figure.
- D'appliquer la méthodologie de coaching avec des remises en questions.
- De conseiller selon votre retour d'expériences.
- De mettre en application en temps réel.

LE LIVRABLE :

Chaque réunion est formalisée soit par un compte-rendu de réunion soit par un livret de l'apprenant réalisé par le formateur. Le livrable reprend le déroulement de la séance, les points forts, les points à améliorer et le plan d'action. Cela permet à la personne accompagnée d'avoir un suivi de son accompagnement. L'apprenant repart avec une feuille de route.

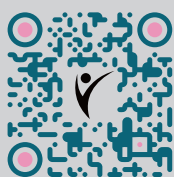
LES OBJECTIFS :

L'objectif est de vous faire monter en compétence tout en vous libérant de vos freins.

Vous saurez mettre en pratique les techniques vues ensemble.

Ma connaissance du terrain et mon expérience vous guideront vers plus d'efficacité.

En conclusion, les séances d'accompagnement sont intégrées à vos exigences métier. Ainsi, vous optimisez votre temps.



DÉCUPLONS VOS FORCES DE VENTE

Isabelle FOURZOLI
51, avenue du Président John Kennedy
93110 Rosny-sous-Bois
isabelle.fourzoli@motivente.fr
07 71 60 39 40
www.motivente.com