



Mercuri International

Les fondamentaux de la vente sédentaire

LES FONDAMENTAUX DE LA VENTE SÉDENTAIRE

Réussir ses entretiens commerciaux à distance

La vente sédentaire exige une approche spécifique : capter l'attention rapidement, créer une relation de confiance à distance, poser les bonnes questions et maintenir l'engagement du client tout au long de l'échange.

Cette formation permet aux participants de structurer leurs entretiens commerciaux menés depuis le bureau, par téléphone ou en visioconférence, en renforçant leur préparation, leur posture et leur capacité à convaincre à distance.

LES FONDAMENTAUX DE LA VENTE SÉDENTAIRE

OBJECTIF

- À l'issue de la formation, les participants sauront conduire un entretien de vente sédentaire structuré, de la préparation à la conclusion.

CONTENU

1. Préparer son entretien commercial

Collecter les informations utiles sur le client, clarifier ses objectifs et préparer sa stratégie d'échange avant l'appel ou la visioconférence.

2. Réussir l'approche à distance

Capter l'attention dès les premières minutes, créer un climat de confiance et structurer l'entrée en relation avec les méthodes CRISS et AIDA.

3. Découvrir les besoins du client

Poser les bonnes questions, pratiquer l'écoute active et utiliser la méthode FOCA pour comprendre les besoins réels, motivations et attentes du client.

4. Argumenter avec impact

Adapter son discours aux besoins identifiés, mettre en avant les bénéfices concrets de la solution et renforcer la pertinence de son argumentation.

5. Traiter les objections

Comprendre les freins du client, répondre sans se mettre en opposition et appliquer une méthode structurée en 7 étapes.

6. Conclure la vente

Repérer les signaux d'adhésion, utiliser les techniques de conclusion adaptées et formaliser un accord ou une prochaine étape.

Date de mise à jour : juillet 2026

PRÉREQUIS

Aucun prérequis spécifique.

Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant renforcer son efficacité commerciale dans les échanges menés à distance, par téléphone ou en visioconférence.

PUBLIC CIBLE

- Toute personne amenée à vendre ou développer une relation client à distance

DURÉE

- 2 jours (14 heures)

FORMAT

- Présentiel ou distanciel ou 100% digital selon les besoins.

PEDAGOGIE

Approche concrète et interactive, basée sur des situations proches du quotidien des participants. La formation alterne apports méthodologiques, exercices pratiques, jeux de rôle, études de cas et mises en situation d'appels ou d'entretiens à distance. Les participants s'entraînent à chaque étape du processus de vente et repartent avec des outils pratiques pour renforcer leur impact commercial à distance.