



Mercuri International

Les fondamentaux de la vente

Les fondamentaux de la vente

Maîtriser les étapes clés d'un entretien commercial efficace

La vente de valeur est aujourd'hui un levier stratégique pour se différencier, défendre ses marges et renforcer la relation client.

Réussir une vente ne repose pas uniquement sur la qualité d'un produit ou d'un service. C'est avant tout la capacité du commercial à préparer son échange, créer une relation de confiance, comprendre les besoins du client, argumenter avec pertinence et conclure au bon moment.

Cette formation permet aux participants de structurer leur démarche commerciale, de renforcer leur posture face au client et de gagner en efficacité à chaque étape de l'entretien de vente.

En travaillant sur des situations concrètes, nous aidons les équipes commerciales à :

- préparer leurs rendez-vous avec méthode,
- réussir leur prise de contact et instaurer un climat favorable,
- identifier les besoins, motivations et attentes du client,
- construire une argumentation claire, centrée sur les bénéfices client,
- traiter les objections avec méthode et confiance,
- conclure l'entretien de manière naturelle et engageante.

L'objectif : donner aux commerciaux les repères, méthodes et réflexes indispensables pour conduire des entretiens de vente plus structurés, plus impactants et plus performants.

LES FONDAMENTAUX DE LA VENTE

OBJECTIFS

À l'issue de la formation, les participants sauront structurer et conduire un entretien de vente complet, de la préparation à la conclusion.

Ils seront capables de :

- préparer leurs rendez-vous commerciaux avec méthode,
- instaurer une relation de confiance avec le client,
- identifier les besoins grâce aux bonnes questions,
- argumenter, traiter les objections et conclure efficacement.

CONTENU

1. Préparer l'entretien

- Collecter les informations utiles, définir ses objectifs et préparer sa stratégie d'échange.

2. Réussir la prise de contact

- Créer une première impression professionnelle et cadrer l'entretien avec la méthode OPA.

3. Découvrir les besoins

- Questionner, écouter activement et structurer la découverte avec la méthode FOCA.

4. Argumenter et convaincre

- Adapter son discours aux besoins identifiés et valoriser les bénéfices de la solution.

5. Traiter les objections

- Comprendre les freins du client et répondre avec une méthode structurée.

6. Conclure l'échange

- Repérer les signaux d'adhésion et formaliser un engagement ou une prochaine étape.

Date de mise à jour : juillet 2026

PRÉREQUIS

Aucun prérequis spécifique.

Cette formation s'adresse à toute personne souhaitant renforcer ses bases commerciales et gagner en efficacité dans ses entretiens de vente.

PUBLIC CIBLE

- Commerciaux terrain ou sédentaires, chargés d'affaires, technico-commerciaux, conseillers ou vendeurs en relation client

DURÉE

- 2 jours (14 heures)

FORMAT

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

PEDAGOGIE

- Approche opérationnelle basée sur les situations commerciales des participants.
- Alternance d'apports méthodologiques, exercices, études de cas et mises en situation.
- Élaboration d'un plan d'actions individuel pour faciliter la mise en œuvre après la formation.