

CODE : VB0821

PRIX : 450.000 FCFA

TECHNIQUES DE VENTE POUR LES COMMERCIAUX DE LA CLIENTÈLE ENTREPRISE

**Du 14 - 16 Octobre 2025**
8h30 - 16h30 | Abidjan**Formateur :**
M. Henri Olivier GUILLERY
Consultant-formateur senior en développe-
ment commercial et performance commerciale

Modalité : présentiel

Contexte :

Dans un environnement économique très concurrentiel, les commerciaux de la clientèle entreprise font face à des défis majeurs : allongement du cycle de vente, complexité des besoins clients, exigences croissantes en matière de conseil, et pression accrue sur les résultats. Pour se démarquer, en plus de vendre un produit ou un service, il faut proposer des solutions à valeur ajoutée, adaptées aux réalités spécifiques de chaque entreprise cliente.

Personnes concernées :

- Commerciaux de Banque
- Chefs de service entreprise PME/Gde Entreprises

Objectifs pédagogiques :

- Développer leurs compétences en communication commerciale
- Maîtriser les différentes étapes du processus de vente
- Gérer efficacement les objections des clients
- Améliorer leurs capacités de négociation
- Approfondir leur connaissance des produits et services bancaires destinés aux entreprises

Pédagogie :

Cette formation est pratique et interactive. Elle s'appuie sur notre modèle pédagogique en cinq (5) étapes : partir du vécu des participants pour conceptualiser et capitaliser les forces de leurs pratiques quotidiennes ; apporter les concepts nécessaires pour les renforcer ; favoriser l'appropriation des acquis par l'entraînement et la mise en situation réelle ; évaluer ; suivre et fixer.

Programme :

I. Module 1 – Communication commerciale efficace

- Les fondamentaux de la communication interpersonnelle
- Techniques de communication verbale et non verbale
- L'art de poser des questions ouvertes/fermées
- L'écoute active : principes et mise en pratique
- Reformulation et compréhension des besoins

II. Module 2 – Maîtrise du processus de vente

- Les 6 étapes clés de la vente :
 - Prospection
 - Prise de contact
 - Découverte des besoins
 - Argumentation
 - Traitement des objections
 - Conclusion & suivi client
- Adapter son discours au profil de l'interlocuteur
- Mise en valeur des bénéfices clients et solutions sur mesure

III. Module 3 – Gérer les objections clients

- Typologie des objections en environnement bancaire
- Méthodologie de réponse : écoute, empathie, argumentation
- Transformer l'objection en levier de conclusion
- Exercices pratiques : jeux de rôles et cas réels

IV. Module 4 – Techniques de négociation commerciale

- Principes de la négociation commerciale
- Préparation à la négociation : objectifs, marges de manœuvre
- Techniques de négociation gagnant-gagnant
- Recherche de compromis entre intérêts du client et objectifs de la banque

V. Module 5 – Maîtrise des produits et services bancaires Études de dossiers litigieux

- Panorama des produits bancaires à destination des entreprises
- Avantages, limites et conditions d'éligibilité
- Outils d'aide à la vente : argumentaires produits (CAP-SONCASE), grilles comparatives
- Études de cas : recommandations produits selon les besoins clients