

## Formation Accroître son impact commercial dans la distribution B2B

■ <b>Durée :</b>	3 jours (21 heures)
■ <b>Tarifs inter-entreprise :</b>	2 275,00 € HT (standard) 1 820,00 € HT (remisé)
■ <b>Public :</b>	Commerciaux en activité dans la vente de fournitures de bureau ou activités associées
■ <b>Pré-requis :</b>	Notions fondamentales du commerce et de la vente aux professionnels
■ <b>Objectifs :</b>	Acquérir les compétences et comportements qui augmentent les résultats en matière de vente de fournitures - Diversifier son offre et optimiser l'intégralité de la gamme de produits commercialisés ou disponible via une centrale (services généraux, EPI, informatique et réseau).
■ <b>Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Formation synchrone en présentiel et distanciel.</li><li>• Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum.</li><li>• Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat.</li><li>• Un formateur expert.</li></ul>
■ <b>Modalités d'évaluation :</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation.</li><li>• Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation.</li><li>• Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques.</li><li>• Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.</li></ul>
■ <b>Sanction :</b>	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ <b>Référence :</b>	COM102715-F

■ <b>Note de satisfaction des participants:</b>	Pas de données disponibles
■ <b>Contacts :</b>	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73
■ <b>Modalités d'accès :</b>	Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.
■ <b>Délais d'accès :</b>	Variable selon le type de financement.
■ <b>Accessibilité :</b>	Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

## Comprendre les évolutions du marché de la fourniture de bureau

Analyser les mutations du marché : digitalisation, concurrence accrue, nouveaux entrants

Identifier l'évolution des comportements d'achat : clients plus informés, multi-canaux, sensibles au prix et au service

Repérer l'impact des nouveaux canaux de vente (e-commerce, marketplaces, centrales d'achats, click & collect)

Positionner son rôle de commercial fournitures de bureau comme apporteur de solutions globales et de conseil

**Atelier fil rouge : définir un client type du secteur fournitures de bureau et lister ses attentes actuelles et futures**

## Structurer son processus de vente BtoB

Clarifier les étapes clés de la vente : prospection, préparation, découverte, argumentation, négociation, conclusion, suivi

Préparer efficacement ses visites : objectifs de rendez-vous, plan de questions, supports et données à mobiliser

Adapter son processus de vente aux différents canaux de contact (visite physique, téléphone, visio, email)

Organiser son agenda et ses priorités pour maximiser la valeur de chaque entretien

**Atelier fil rouge : cartographier son propre processus de vente sur le client type défini et identifier les points à renforcer**

## Maîtriser les techniques de vente en face à face

Installer une relation de confiance dès les premières minutes du rendez-vous

Conduire une découverte approfondie : questionnement, écoute active, reformulation,

identification des enjeux et contraintes

Argumenter en orientant le discours vers les bénéficiaires clients (gain de temps, simplification, sécurité, image, RSE)

Traiter les objections fréquentes (prix, remises, délais, référencements, concurrence, habitudes d'achats)

Conclure de manière naturelle et sécuriser les prochaines étapes (commande, test, rendez-vous de suivi)

**Atelier fil rouge : réaliser un premier jeu de rôle complet d'entretien de vente sur le client type avec débrief collectif**

### **Identifier et rencontrer les interlocuteurs clés**

Repérer les différents décideurs et prescripteurs : direction, achats, services généraux, informatique, utilisateurs finaux

Comprendre les attentes spécifiques de chaque interlocuteur et adapter son langage et ses arguments

Préparer des stratégies d'accès aux décideurs difficiles à rencontrer

Construire un plan de contact dans les comptes à potentiel (TPE, PME, multisites, grands comptes locaux)

**Atelier fil rouge : établir la cartographie des interlocuteurs clés pour le client type et préparer un plan de contact ciblé**

### **Exploiter la profondeur et la largeur de gamme**

Identifier les familles de produits : papeterie, fournitures, services généraux, EPI, informatique et réseau

Repérer les produits d'appel, les relais de marge et les gammes complémentaires à forte valeur ajoutée

Proposer des ventes additionnelles et croisées en fonction des usages et des environnements de travail

Utiliser la centrale d'achats et les catalogues étendus pour répondre à des besoins complexes ou spécifiques

**Atelier fil rouge : transformer une commande de base du client type en solution élargie intégrant plusieurs gammes de produits**

### **Intégrer les enjeux de la RSE dans son argumentaire**

Comprendre les principaux enjeux RSE liés aux fournitures de bureau (environnement, santé, sécurité, achats responsables)

Identifier les références, labels et gammes à forte valeur RSE dans son offre (éco-conçus, recyclés, économes, certifiés)

Valoriser la contribution des choix de fournitures à la politique RSE globale de l'entreprise cliente

Intégrer la RSE dans l'argumentaire sans alourdir le discours ni culpabiliser le client

**Atelier fil rouge : reformuler une proposition commerciale classique en offre mettant en avant des bénéfices RSE pour le client type**

### **Utiliser l'IA générative pour simplifier ses tâches commerciales**

Découvrir les apports de l'IA générative pour les commerciaux fournitures de bureau

Préparer ses rendez-vous avec l'IA : idées de questions, trames d'entretien, argumentaires adaptés à un secteur spécifique

Gagner du temps sur les tâches répétitives : rédaction de mails, relances personnalisées, synthèse de comptes rendus de visite

Respecter les bonnes pratiques : confidentialité des données clients, validation humaine systématique, cohérence avec la politique commerciale

**Atelier fil rouge : utiliser un exemple d'IA générative pour créer un mail de prospection et un mail de relance destinés au client type**

### **Conduire et analyser ses négociations commerciales**

Préparer ses négociations : objectifs, marges de manœuvre, concessions possibles, contreparties à demander

Conduire l'échange sur le prix et les conditions en gardant la maîtrise de la relation

Éviter les pièges des négociations uniquement centrées sur les remises et le tarif

Analyser ses négociations passées pour identifier ses points forts et axes de progrès

**Atelier fil rouge : rejouer une négociation courante (remise, volume, durée d'engagement) puis analyser les leviers utilisés et ceux à développer**

### **S'entraîner en mises en situation de vente**

Mettre en pratique l'ensemble des techniques de vente dans des scénarios proches du réel

Travailler différents contextes : nouveau client, client historique, client en perte de vitesse, client très sollicité par la concurrence

Tester plusieurs approches commerciales selon les profils d'interlocuteurs et les gammes de produits à développer

Recevoir un feedback structuré sur la posture, le discours, la gestion du temps et la qualité de la conclusion

**Atelier fil rouge : réaliser une série de jeux de rôle filmés ou observés couvrant découverte, argumentation, RSE, IA et négociation**

## Évaluer ses acquis et construire son plan d'action

Réaliser une évaluation finale des connaissances et des pratiques pour mesurer la progression

Identifier les compétences consolidées et celles à renforcer dans les semaines suivant la formation

Construire un plan d'action individuel avec des objectifs concrets en termes de chiffre d'affaires, panier moyen et diversification de l'offre

Prévoir des indicateurs simples pour suivre l'impact des nouvelles pratiques sur les résultats commerciaux

**Atelier fil rouge : formaliser son plan d'action commercial sur 3 mois et choisir 3 indicateurs de suivi à partager avec son manager**