

PROGRAMME DE FORMATION

“Négocier et manager un accord commercial”

La formation mène à la certification RS 6967, intitulée “Négocier et manager un accord commercial”, enregistrée au répertoire spécifique de France compétences le 18/12/2024 et valable jusqu’au 18/12/2026. Cette certification est détenue par Circular Consulting,



Lien vers la fiche de compétences : <https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/6967/>

Modalités d'admission et de déroulement :

Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail, par téléphone. Votre demande d'inscription sera traitée dans un délai de deux jours ouvrés. Toute commande de formation doit faire l'objet d'une confirmation écrite et suppose que le client accepte le contenu du stage et les prérequis, dont il s'engage à avoir eu connaissance. Conformément à l'article L221-18 du Code de la consommation, pour toute inscription conclue à distance ou hors établissement, vous bénéficiez d'un délai de rétractation de 14 jours à compter de la date de signature du contrat, sans avoir à fournir de justification ni à supporter de pénalités, hors frais éventuels prévus aux articles L. 221-23 à L. 221-25. La formation ne pourra débuter qu'après l'expiration de ce délai, sauf demande expresse du participant pour commencer la formation avant la fin de ce délai de rétractation.

Lieu de la formation

La formation se déroulera en présentiel au 132 rue Bossuet, 69006 Lyon sous la supervision du formateur

Accessibilité pour les personnes en situation de handicap :

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Le référent en la matière se tient à votre écoute pour évaluer puis préciser votre projet de formation et anticiper les éventuels aménagements à réaliser pour vous accueillir.

Contact : blktraininginnovation.contact@gmail.com

Téléphone : 06 09 01 34 71

Délai d'accès :

Le délai d'accès à la formation est de 15 à 20 jours.

Prérequis d'accès à la formation, public concerné :

La certification s'adresse aux professionnels exerçant une fonction commerciale dans le secteur de la distribution et du service, notamment les :

- Nouveaux managers et commerciaux souhaitant évoluer vers une fonction comportant une dimension négociation ou renégociation d'accords commerciaux.

Prérequis d'entrée en formation :

- Justifier d'une expérience professionnelle de minimum 3 ans dans le domaine de la vente, dans le secteur de la distribution et/ou du service.
- Avoir un projet professionnel en adéquation avec la négociation d'un accord dans le secteur de la distribution ou du service.

Prérequis d'inscription à la certification :

- Justifier d'une expérience professionnelle de minimum 3 ans dans le domaine de la vente, dans le secteur de la distribution et/ou du service.
- Avoir un projet professionnel en adéquation avec la négociation d'un accord dans le secteur de la distribution ou du service.
- Avoir suivi le parcours de formation dispensé pour prétendre à la certification.

Objectifs pédagogiques :

À l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- Préparer et structurer une négociation d'accord commercial
- Conduire un entretien de négociation d'accord commercial dans le secteur de la distribution et du service
- Conclure et formaliser un accord commercial en définissant les termes et conditions finales de manière claire et précise
- Accompagner et mobiliser la force de vente (directe et indirecte) dans le déploiement de l'accord commercial
- Animer une réunion commerciale stratégique

Compétences visées :

- Préparer la négociation ou renégociation d'un accord commercial dans le secteur de la distribution et du service, en identifiant toutes les variables sur lesquelles jouer et la marge de manœuvre au regard du contexte et des enjeux de la situation de la relation commerciale pour anticiper les différents scénarios et prévoir les options à envisager.
- Construire la stratégie relationnelle de la négociation d'un accord commercial, en identifiant le rôle, les besoins spécifiques et le degré de décision des différents interlocuteurs afin d'ajuster le curseur de pouvoir de la négociation et choisir une tactique adaptée.
- Élaborer un argumentaire sur une exigence initiale élevée d'un accord commercial en incluant les modalités de celui-ci (ressources à disposition, marge attendue, prix) en préparant une stratégie de concession-contrepartie intégrant la durée et la valeur des concessions pour préparer des solutions alternatives favorisant l'acceptation de la proposition.
- Conduire un entretien de négociation, dans le secteur de la distribution et du service, en équilibrant le rapport de force avec l'interlocuteur, en valorisant sa proposition initiale et en identifiant le point de rupture du client pour ajuster les variables de l'accord commercial, accorder des concessions tangibles et trouver une zone d'accord possible pour l'ensemble des parties.
- Conclure un accord commercial en définissant les termes et conditions finales de celui-ci sur le principe « gagnant - gagnant » et en le formalisant pour verrouiller la négociation et engager l'autre partie vers la finalisation du processus.
- Accompagner la force de vente directe et indirecte pour sécuriser la mise en œuvre de l'accord commercial et garantir son déploiement dans les conditions prévues par la mise en place d'un plan d'action et en anticipant les éventuelles difficultés.

-
- Animer une réunion commerciale synthétisant le bilan d'affaires d'un accord commercial pour engager et mobiliser l'équipe de vente, directe ou indirecte, sur la mise en œuvre de l'accord, sur la fixation des nouveaux objectifs dépassant l'accord initial et pérennisant sur le long terme la relation avec le client.

Durée :

La formation dure 35 heures

Tarif :

3 600 € TTC

Méthodes pédagogiques mobilisées :

Formation en présentiel mobilisant les méthodes suivantes :

- Exposés interactifs: Présentations où vous engagez régulièrement les participants par des questions, des réflexions ou des débats.
- Études de cas: Analyses de situations concrètes pour mettre en application les concepts théoriques.
- Travail en sous-groupes : Les participants se répartissent en petits groupes pour résoudre des problèmes ou réaliser des activités spécifiques.
- Brainstorming : Encourager les participants à générer des idées ou des solutions de manière créative.
- Ateliers pratiques: Sessions où les participants mettent en pratique les compétences enseignées.
- Mise en situation : Plonger les participants dans des situations réalistes pour développer des compétences pratiques.
- Utilisation de supports visuels: diapositives, vidéos, infographies, etc., pour illustrer et renforcer les points clés.
- Mise en situation professionnelle reconstituée sur une négociation commerciale d'un accord avec soutenance orale.
- Cas pratique sur l'accompagnement de la force de vente avec remise d'un rapport et soutenance orale
- Mise en situation sur l'animation d'une réunion commerciale présentant un accord commercial

Modalité d'évaluation :

Mise en situation professionnelle reconstituée sur une négociation commerciale d'un accord avec soutenance orale

PLANNING DE FORMATION : “Négociier et manager un accord commercial”

JOUR 1 : PRÉPARATION ET STRATÉGIE RELATIONNELLE DE LA NÉGOCIATION

C1. Préparer la négociation ou renégociation d'un accord commercial dans le secteur de la distribution et du service, en identifiant toutes les variables sur lesquelles jouer et la marge de manœuvre au regard du contexte et des enjeux de la situation de la relation commerciale pour anticiper les différents scénarios et prévoir les options à envisager.

Objectifs spécifiques :

- Identifier toutes les variables de négociation et la marge de manœuvre au regard du contexte
- Analyser les enjeux de la situation de la relation commerciale
- Anticiper les différents scénarios et prévoir les options à envisager

Modalités pédagogiques :

- Étude de cas : analyse d'une situation commerciale complexe dans le secteur de la distribution avec identification de tous les acteurs et enjeux
- Travail en binôme : construction collaborative d'une matrice SWOT/SOAR complète à partir d'un cas réel d'accord commercial
- Atelier pratique : élaboration individuelle d'une fiche de préparation complète de négociation avec validation par le formateur

Évaluations formatives :

- Vérification de l'exhaustivité de l'identification des acteurs, de leurs rôles spécifiques et de leur niveau d'influence dans la décision
- Contrôle de la pertinence et de la profondeur de l'analyse SWOT/SOAR réalisée (forces, faiblesses, opportunités, menaces)
- Évaluation de la qualité de la fiche de préparation (complétude des informations, cohérence de la stratégie, réalisme des scénarios envisagés)

MATIN : Préparer la négociation ou renégociation d'un accord commercial

08h30 - 10h00 : Comprendre le marché de la négociation d'accords commerciaux

- Panorama du marché des accords commerciaux dans le secteur de la distribution : tendances actuelles, évolutions réglementaires et opportunités de développement
- Typologie des clients en négociation d'accords (grandes enseignes, distributeurs régionaux, groupements d'achat) et leurs spécificités décisionnelles
- Enjeux stratégiques des accords commerciaux : référencement, volumes, visibilité, conditions tarifaires et partenariats de long terme

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Maîtriser la préparation de la négociation d'un accord commercial

- Identification exhaustive de tous les acteurs impliqués dans la négociation (responsabilités spécifiques, niveau d'autorité, influence dans la décision finale)
- Analyse approfondie des apports d'influence (utilisateur final, décideur budgétaire, prescripteur technique, conseiller) et cartographie des proximités avec le décideur
- Réalisation d'une analyse SWOT et SOAR complète : atouts et faiblesses du client, forces de la concurrence, opportunités de marché et identification de ses propres forces et limites

12h00 - 13h00 : Pause déjeuner

C2. Construire la stratégie relationnelle de la négociation d'un accord commercial, en identifiant le rôle, les besoins spécifiques et le degré de décision des différents interlocuteurs afin d'ajuster le curseur de pouvoir de la négociation et choisir une tactique adaptée.

Objectifs spécifiques :

- Identifier le rôle, les besoins spécifiques et le degré de décision des différents interlocuteurs
- Ajuster le curseur de pouvoir de la négociation en fonction des personnalités et du contexte relationnel
- Choisir une tactique adaptée (compétitive, collaborative ou mixte) selon le niveau de confiance établi

Modalités pédagogiques :

- Test de personnalité : utilisation d'un outil d'évaluation (type DISC ou Process Communication) pour identifier les styles de communication et de décision
- Jeu de rôle filmé : simulation de négociation avec différents profils d'acheteurs (analytique, directif, relationnel) et visionnage pour débriefing
- Atelier de groupe : élaboration collaborative de stratégies relationnelles adaptées à différents cas concrets présentés par le formateur

Évaluations formatives :

- Évaluation de la capacité à identifier correctement les profils de personnalité, les niveaux de pouvoir et les degrés d'influence de chaque interlocuteur
- Contrôle de la pertinence du choix stratégique (compétitive/collaborative/mixte) en fonction du contexte relationnel et du niveau de confiance
- Observation des capacités d'adaptation tactique lors des jeux de rôle (flexibilité, ajustement du discours, lecture des signaux)

APRÈS-MIDI : Construire la stratégie relationnelle de la négociation

13h00 - 14h30 : Analyser les interlocuteurs et choisir sa stratégie relationnelle

- Identification des différents types de personnalités (analytique, directif, relationnel, expressif) et adaptation des styles de communication à chacun
- Évaluation du niveau de pouvoir réel de chaque acteur (pouvoir décisionnel, pouvoir d'influence, pouvoir de blocage) dans le processus de négociation
- Analyse du niveau de confiance actuel entre les parties prenantes (historique relationnel, expériences passées, climat de collaboration)

14h30 - 14h45 : Pause

14h45 - 17h00 : Définir et adapter sa tactique de négociation

- Stratégie compétitive : techniques pour maximiser ses gains quand le niveau de confiance est bas (positionnement ferme, démonstration d'alternatives, gestion de la pression)
- Stratégie collaborative : méthodes pour créer de la valeur partagée quand la confiance est installée (co-construction de solutions, transparence, recherche de bénéfices mutuels)
- Stratégie mixte : approche hybride pour équilibrer rapport de force et compromis quand la confiance est mitigée entre les différents interlocuteurs

JOUR 2 : ARGUMENTATION ET CONDUITE DE LA NÉGOCIATION

C3. Élaborer un argumentaire sur une exigence initiale élevée d'un accord commercial en incluant les modalités de celui-ci (ressources à disposition, marge attendue, prix) en préparant une stratégie de concession-contrepartie intégrant la durée et la valeur des concessions pour préparer des solutions alternatives favorisant l'acceptation de la proposition.

Objectifs spécifiques :

- Construire un argumentaire d'exigence initiale élevée incluant toutes les modalités de l'accord (prix, délai, ressources, marge)
- Préparer une stratégie de concession-contrepartie intégrant la durée et la valeur de chaque concession
- Élaborer des solutions alternatives et de secours favorisant l'acceptation de la proposition

Modalités pédagogiques :

- Atelier pratique : construction individuelle puis collective d'une matrice concessions-contreparties complète avec évaluation financière de chaque élément
- Exercice de calcul : évaluation financière détaillée du coût et de l'impact sur la marge de chaque concession possible à l'aide d'un tableur
- Simulation : élaboration d'un argumentaire complet avec stratégie de questionnement (entonnoir + PSIA) et entraînement à l'oral en binôme

Évaluations formatives :

- Contrôle de l'exhaustivité de la liste concessions-contreparties avec minimum 3 de chaque et vérification de l'équilibre valeur/coût
- Vérification de la cohérence globale entre exigence de départ ambitieuse, zone d'accord possible réaliste et point de rupture clairement défini
- Évaluation de la qualité et de la pertinence de la stratégie de questionnement élaborée (progression logique, questions impactantes)

MATIN : Élaborer un argumentaire sur une exigence initiale élevée

08h30 - 10h00 : Délimiter le champ de la négociation et définir sa stratégie de concessions

- Définition de la position affichée (exigence de départ ambitieuse mais justifiable), du point de rupture (seuil minimal à ne pas dépasser) et de la zone d'accord possible
- Élaboration d'une liste exhaustive des contreparties tangibles à obtenir pour chaque concession (si réduction de prix → augmentation volume, si délai raccourci → exclusivité)
- Évaluation financière précise du coût de chacune des concessions envisageables (impact sur marge, sur trésorerie, sur capacité de production)

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Construire un argumentaire d'exigence initiale élevée

- Élaboration de scénarios d'exigences accordables sur différentes variables (délai de livraison modulable, garanties extensibles, facilités de paiement, options complémentaires)
- Construction d'une stratégie de questionnement structurée selon la méthode de l'entonnoir (questions ouvertes exploratoires → questions dirigées → reformulations fermées)
- Préparation de questions et bilans orientés, ainsi que de questions de remise en cause avec la méthode PSIA (Problème, Solution, Action, Impact)

12h00 - 13h00 : Pause déjeuner

C4. Conduire un entretien de négociation, dans le secteur de la distribution et du service, en équilibrant le rapport de force avec l'interlocuteur, en valorisant sa proposition initiale et en identifiant le point de rupture du client pour ajuster les variables de l'accord commercial, accorder des concessions tangibles et trouver une zone d'accord possible pour l'ensemble des parties.

Objectifs spécifiques :

- Équilibrer le rapport de force avec l'interlocuteur et valoriser efficacement sa proposition initiale
- Identifier le point de rupture du client et ajuster dynamiquement les variables de l'accord commercial
- Accorder des concessions tangibles de manière progressive et trouver une zone d'accord gagnant-gagnant

Modalités pédagogiques :

- Mise en situation : négociation complète filmée avec débriefing individuel approfondi sur les techniques utilisées et les axes d'amélioration
- Jeu de rôle en binôme : application pratique de la technique AICVR face à des objections typiques du secteur de la distribution
- Atelier pratique : construction d'une grille de pilotage des concessions en temps réel pour suivre l'évolution de la négociation

Évaluations formatives :

- Observation de la capacité à maintenir sa position avec assertivité en utilisant correctement la technique AICVR face aux objections
- Contrôle strict du respect de la règle fondamentale : une concession accordée = une contrepartie tangible obtenue systématiquement
- Évaluation de la gestion progressive des concessions (rythme approprié, valorisation de chaque effort, stratégie de convergence vers l'accord)

APRÈS-MIDI : Conduire un entretien de négociation

13h00 - 14h30 : Démarrer et positionner sa négociation avec force

- Démarrage avec une offre élevée pour créer une marge de manœuvre suffisante et ancrer les discussions sur des bases favorables
- Argumentation structurée avec la méthode SIMAC (Situation, Idée, Mécanisme, Avantage, Conclusion) pour défendre les caractéristiques de l'offre
- Mise en relief des bénéfices de l'offre face aux besoins identifiés de l'acheteur avec arguments tangibles et différenciants sur l'entreprise et le produit/service

14h30 - 14h45 : Pause

14h45 - 17h00 : Gérer les objections et conduire les concessions de manière stratégique

- Maintien de sa position avec la technique AICVR (Accepter, Isoler, Creuser, Valoriser, Répondre) tout en développant une attitude assertive et respectueuse
- Stratégie de concession progressive : céder jusqu'au point de rupture en obtenant systématiquement une contrepartie tangible et valoriser chaque effort consenti
- Technique de convergence finale : rappel des efforts réalisés par les deux parties, invitation à conclure et gestion des dernières objections avec professionnalisme

JOUR 3 : CONCLUSION ET FORMALISATION DE L'ACCORD

C5. Conclure un accord commercial en définissant les termes et conditions finales de celui-ci sur le principe « gagnant - gagnant » et en le formalisant pour verrouiller la négociation et engager l'autre partie vers la finalisation du processus.

Objectifs spécifiques :

- Définir les termes et conditions finales sur le principe gagnant-gagnant en préservant les intérêts de chaque partie
- Formaliser l'accord de manière précise et complète pour verrouiller la négociation
- Engager l'autre partie vers la finalisation du processus avec des étapes claires et un calendrier défini

Modalités pédagogiques :

- Atelier pratique : rédaction collective d'un document de formalisation d'accord commercial complet (clauses essentielles, conditions particulières, engagement des parties)
- Mise en situation filmée : simulation complète de conclusion d'accord commercial avec débriefing vidéo pour analyse des techniques de fermeture
- Étude de cas : analyse comparative de situations de conclusion réussies et échouées pour identifier les facteurs clés de succès

Évaluations formatives :

- Contrôle de la capacité à réaliser des accords intermédiaires progressifs pour faciliter l'engagement final du client
- Évaluation de la qualité de la synthèse finale présentée et de la capacité à projeter efficacement le client dans l'utilisation du produit/service
- Vérification de la complétude et de la précision de la formalisation écrite de l'accord (clauses claires, termes sans ambiguïté, calendrier défini)

08h30 - 10h00 : Réaliser des accords intermédiaires et progresser vers la conclusion

- Réalisation d'un 1er accord intermédiaire sur des points spécifiques (délai de livraison, modalités de financement, conditions de paiement) pour créer un engagement progressif
- Synthèse claire du bilan de l'entretien en récapitulant les arguments clés échangés et les bénéfices identifiés pour l'acheteur
- Construction d'une réponse finale rationnelle et cohérente qui répond aux besoins exprimés tout en préservant ses objectifs commerciaux

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Projeter l'acheteur dans la réussite et formaliser l'engagement

- Projection de l'acheteur dans l'utilisation concrète du produit/service pour lui permettre de visualiser tous les bénéfices qu'il en retirerait
- Techniques de fermeture progressive (accord sur des points secondaires puis essentiels) et reformulation précise des termes et conditions finales de l'accord
- Rédaction collaborative des termes de l'accord, validation point par point avec le client pour éviter tout malentendu futur

12h00 - 13h00 : Pause déjeuner

13h00 - 14h30 : Verrouiller la négociation et sécuriser l'engagement

- Techniques de sécurisation de l'engagement : confirmation écrite immédiate, calendrier détaillé de mise en œuvre avec jalons clairs
- Gestion professionnelle des dernières hésitations éventuelles de l'acheteur avec réassurance sur les bénéfices et les garanties
- Communication post-négociation : définition des prochaines étapes opérationnelles et identification des interlocuteurs pour le suivi

14h30 - 14h45 : Pause

14h45 - 17h00 : Mises en situation complètes de conclusion d'accords

- Exercices de synthèse : simulations complètes du processus de la proposition initiale jusqu'à la conclusion finale avec signature
- Jeux de rôle avec différents scénarios de conclusion (client hésitant, client pressé, client exigeant des garanties supplémentaires)
- Débriefing collectif approfondi et partage des bonnes pratiques de conclusion entre participants avec feedback du formateur

JOUR 4 : ACCOMPAGNEMENT DE LA FORCE DE VENTE

C6. Accompagner la force de vente directe et indirecte pour sécuriser la mise en œuvre de l'accord commercial et garantir son déploiement dans les conditions prévues par la mise en place d'un plan d'action et en anticipant les éventuelles difficultés.

Objectifs spécifiques :

- Sécuriser la mise en œuvre de l'accord commercial par un plan d'action structuré et adapté aux équipes
- Garantir le déploiement dans les conditions prévues en fixant des objectifs clairs et des moyens appropriés
- Anticiper les éventuelles difficultés et préparer l'équipe à y faire face avec des solutions concrètes

Modalités pédagogiques :

- Étude de cas : analyse détaillée d'un accord commercial réel et construction collaborative du plan de déploiement complet pour la force de vente
- Atelier d'écriture : rédaction individuelle d'un rapport d'accompagnement structuré selon la méthode EMAC avec feedback personnalisé du formateur
- Travail en groupe : identification collaborative des difficultés potentielles et brainstorming de solutions créatives et pragmatiques

Évaluations formatives :

- Contrôle de la complétude et du réalisme du plan d'action élaboré (échéances cohérentes, actions concrètes, moyens dimensionnés correctement)
- Évaluation de la qualité du rapport d'accompagnement (clarté de l'écriture, structure logique EMAC, caractère motivant et opérationnel du contenu)
- Vérification de la pertinence des objectifs SMART fixés pour l'équipe (spécifiques, mesurables, atteignables, pertinents, temporellement définis)

08h30 - 10h00 : Élaborer un plan d'action pour la mise en œuvre de l'accord

- Définition précise des échéances business (jalons commerciaux, objectifs de chiffre d'affaires, quotas par période) et du calendrier de déploiement
- Identification des actions de développement nécessaires pour la force de vente (formations, outils, accompagnement terrain) pour garantir la réussite
- Révision des effectifs de l'équipe de vente (dimensionnement, compétences requises, recrutements éventuels) pour assurer la mise en œuvre de l'accord

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Fixer des objectifs SMART pour mobiliser l'équipe

- Objectifs Spécifiques : définition précise des résultats attendus pour la force de vente directe et indirecte (nombre de références, CA par client, taux de couverture)
- Objectifs Mesurables avec indicateurs de performance clairs (KPIs) et outils de suivi (tableaux de bord, reporting hebdomadaire ou mensuel)
- Objectifs Réalisables (adaptés aux capacités de l'équipe), Pertinents (alignés avec l'accord négocié) et Planifiés dans le temps avec jalons intermédiaires

12h00 - 13h00 : Pause déjeuner

13h00 - 14h30 : Rédiger un rapport d'accompagnement motivant et opérationnel

- Structure d'un rapport pédagogique, clair et synthétique : contexte de l'accord, enjeux pour l'équipe, plan de déploiement détaillé
- Présentation des actions attendues pour la force de vente sous forme d'EMAC (Enjeux : pourquoi c'est important, Méthode : comment procéder, Actions : quoi faire concrètement, Contrôle : comment mesurer)
- Débriefing constructif et identification d'axes de progrès concrets (minimum deux) pour chaque membre ou segment de l'équipe avec techniques de motivation adaptées

14h30 - 14h45 : Pause

14h45 - 17h00 : Anticiper les difficultés et préparer des solutions

- Identification méthodique des obstacles potentiels à la mise en œuvre (résistances internes, complexité opérationnelle, contraintes logistiques, réactions de la concurrence)
- Préparation de solutions de contournement concrètes et de plans B pour chaque difficulté majeure identifiée
- Mise en place d'un plan de communication claire avec l'équipe (réunions de lancement, points réguliers, canal de remontée des difficultés) et d'indicateurs d'alerte précoce

JOUR 5 : ANIMATION DE RÉUNION COMMERCIALE

C7. Animer une réunion commerciale synthétisant le bilan d'affaires d'un accord commercial pour engager et mobiliser l'équipe de vente, directe ou indirecte, sur la mise en œuvre de l'accord, sur la fixation des nouveaux objectifs dépassant l'accord initial et pérennisant sur le long terme la relation avec le client.

Objectifs spécifiques :

- Synthétiser le bilan d'affaires d'un accord commercial de manière claire, impactante et visuelle
- Engager et mobiliser l'équipe de vente sur la mise en œuvre opérationnelle de l'accord avec dynamisme
- Fixer des nouveaux objectifs ambitieux dépassant l'accord initial pour pérenniser et développer la relation client

Modalités pédagogiques :

- Atelier créatif : conception collaborative d'un support de réunion professionnellement impactant (diaporama, infographie, poster) avec outils digitaux
- Mise en situation filmée : chaque participant anime une séquence de réunion commerciale devant le groupe avec analyse vidéo et débriefing détaillé
- Exercice collaboratif : co-construction en sous-groupes d'un argumentaire ASMAC complet puis présentation croisée et enrichissement mutuel

Évaluations formatives :

- Évaluation de la qualité du support de réunion créé (clarté visuelle, impact des messages, qualité de la synthèse du bilan d'affaires)
- Observation des capacités d'animation et de mobilisation de l'équipe (dynamisme, écoute active, gestion des interactions, capacité à engager)
- Contrôle de l'efficacité de la méthode collaborative pour construire l'argumentaire ASMAC (participation de tous, pertinence des arguments, appropriation par l'équipe)

08h30 - 10h00 : Préparer un support de réunion impactant

- Structure d'un support visuel clair, impactant et synthétique (diaporama professionnel, infographie percutante) évitant la surcharge d'informations
- Présentation des actions prioritaires de mise en œuvre de l'accord (référencement, opérations commerciales, déploiement terrain) avec calendrier
- Synthèse du bilan d'affaires incluant l'analyse des écarts entre objectifs fixés et résultats atteints, ainsi que l'évaluation de la performance commerciale

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Maîtriser les techniques d'animation pour mobiliser l'équipe

- Ouverture dynamique et mobilisatrice de la réunion (accroche percutante, mise en contexte positive) pour capter immédiatement l'attention
- Techniques d'animation participative pour galvaniser l'équipe commerciale (questions au groupe, sollicitation d'idées, valorisation des contributions)
- Création et animation d'un atelier collaboratif permettant d'engager l'équipe vers un objectif commun partagé (co-construction, intelligence collective)

12h00 - 13h00 : Pause déjeuner

13h00 - 14h30 : Co-construire un argumentaire de vente avec l'équipe

- Mobilisation de l'équipe sur l'élaboration collaborative d'un argumentaire ASMAC (Accroche percutante, Situation du client, Mécanisme de la solution, Avantage différenciant, Conclusion engageante)
- Construction collective d'arguments pour convaincre les clients finaux et faire respecter l'accord national en magasin (messages clés, preuves tangibles, réponses aux objections)
- Appropriation maximale de l'argumentaire par la co-construction : chaque membre contribue, enrichit et s'engage personnellement sur le discours commercial

14h30 - 14h45 : Pause

14h45 - 17h00 : Entraîner l'équipe à la mise en œuvre terrain

- Entraînement intensif sur la maîtrise de l'argumentaire de vente co-construit avec répétitions successives pour ancrage
- Déploiement pratique de l'argumentaire en situation client simulée pour atteindre l'objectif fixé (jeux de rôle réalistes, objections types du terrain)
- Feedback constructif immédiat, ajustements personnalisés et partage des bonnes pratiques entre pairs pour progression collective