



PROGRAMME DE FORMATION

Force de vente

Commerce, Marketing & Vente

RÉFÉRENCE
WF-0184

VERSION
V2026-002

ÉDITION
2 octobre 2026

DOMAINE
Commerce, Marketing & Vente



DURÉE
15 h



MODALITÉ
**Distanciel ·
Présentiel**



PROGRAMME
14 modules
98 leçons



SANCTION
Attestation
et certificat de réalisation

🎯 Objectifs pédagogiques

Cette formation Force de vente vous permettra, au travers de 14 modules et quiz, de préparer au mieux la certification « Technique de vente omnicanal ». Cette certification permet à un vendeur d'être capable de : Utiliser des outils numériques pour augmenter ses ventes en magasin comme à distance Utiliser des outils d'analyse connectés pour identifier sa cible et analyser son marché Rendre le client acteur de la vente et de la promotion des produits et des services

Public visé

Tout public – Salariés – Entreprises – Alternants – Travailleurs indépendants – Demandeurs d'emploi – Particuliers en reconversion professionnelle.

Community manager Chargé(e) de webmarketing

Responsable e-commerce

Prérequis

Aucune connaissance théorique particulière en « Force de vente » n'est exigée. Une première expérience professionnelle ou une pratique du domaine concerné est recommandée.

Comprendre et s'exprimer en français

Disposer d'un ordinateur, d'une tablette ou d'un téléphone compatible

Disposer d'une connexion Internet stable

Posséder une adresse électronique personnelle

Maîtriser les usages numériques nécessaires à l'utilisation d'une plateforme de formation

Utiliser un navigateur Internet récent : Edge, Chrome, Firefox, Safari ou équivalent

Modalités et déroulement

Formation réalisée à distance sur la plateforme WILL FORMATION, avec accès individuel aux contenus pédagogiques, vidéos, exercices, quiz et travaux pratiques. Un accompagnement pédagogique est assuré pendant toute la durée du parcours. Des classes virtuelles ou rendez-vous individuels peuvent être organisés lorsqu'ils sont prévus dans le parcours.

Sur demande et sous réserve de disponibilité, un espace équipé peut être proposé. L'adresse, les horaires, les équipements disponibles et les conditions d'accessibilité sont communiqués avant l'inscription.

Méthodes pédagogiques

- Apports théoriques
- Démonstrations
- Études de cas
- Mises en situation
- Exercices d'application
- Travaux individuels
- Accompagnement et retours du formateur

Moyens pédagogiques et techniques

- Plateforme LMS
- Vidéos explicatives
- Supports téléchargeables
- Fiches de synthèse
- Quiz et exercices interactifs
- Modèles de documents
- Assistance technique
- Tutorat pédagogique

Modalités d'évaluation

- Questionnaire de positionnement ou évaluation diagnostique avant l'entrée en formation
- Évaluations formatives tout au long du parcours
- Exercices pratiques, études de cas, quiz et QCM
- Évaluation finale permettant de mesurer l'atteinte des objectifs pédagogiques
- Passage des épreuves de certification lorsque la formation prépare effectivement à une certification

Sanction

Une attestation de fin de formation et un certificat de réalisation sont remis au participant sous réserve de la réalisation du parcours.

Lorsque la formation prépare à une certification, le participant est présenté aux épreuves prévues par le certificateur, sous réserve de remplir les conditions requises. La délivrance de la certification relève exclusivement du certificateur ou du jury compétent et ne peut être garantie par WILL FORMATION.

Modalités et délais d'accès

La demande d'inscription peut être effectuée par téléphone, par courrier électronique ou au moyen du formulaire en ligne.

Un entretien ou un questionnaire de positionnement permet de vérifier l'adéquation de la formation avec les besoins, le niveau initial et les prérequis du candidat.

L'inscription devient définitive après validation du dossier administratif, acceptation des documents contractuels et, le cas échéant, confirmation du financement.

Les accès à la plateforme sont généralement activés sous 48 à 72 heures ouvrées après validation complète du dossier.

Les formations à distance sont proposées en entrées et sorties permanentes, sous réserve des délais ou dates imposés par le financeur ou le certificateur.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Les personnes en situation de handicap sont invitées à signaler leurs besoins lors de leur demande d'inscription. Une étude personnalisée est réalisée afin de définir les adaptations pédagogiques, techniques ou organisationnelles appropriées. Lorsque le besoin ne peut pas être satisfait directement, une orientation vers un partenaire ou une structure spécialisée est proposée.

Référent handicap : handicap@will-formation.com

Tarifs et financement

Financement personnel (CPF) : **1 490 €**

OPCO : **525 €**

FIF PL : **740 €**

FAFCEA : **740 €**

AGEFICE : **525 €**

France Travail : **525 €**

Tarifs indicatifs TTC, par participant, en vigueur à la date d'édition du présent programme. Ils ne constituent ni une offre contractuelle ni un engagement de prise en charge : la mention d'un dispositif ne vaut pas accord de financement. Toute prise en charge reste soumise à l'éligibilité du bénéficiaire et à l'accord préalable du financeur. Les conditions tarifaires applicables sont celles confirmées au devis, à la convention ou au contrat de formation.



La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : ACTIONS DE FORMATION. Certificat QUA25070009.
WILL FORMATION — Société par actions simplifiée à associé unique au capital de 30 000 € — NDA 11757059675 (cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État) — SIRET 893 713 180 00014 — 01 85 09 25 99 — info@will-formation.com — www.will-formation.com

Programme détaillé

14 modules, 98 leçons — durée totale 15 h.

01 La compréhension basique du processus de vente

1. Quels sont les différents types de cycles de vente ?
2. Vente en B2B ou B2C : modalités applicables par le vendeur et dispositions diverses
3. Abordons les spécificités de la vente en B2B
4. La vente en B2C : particularités
5. Qu'est-ce que la règle des 4 C dans l'univers de la vente ?
6. Abordons le plan de vente et les 7 étapes de la vente incontournables pour atteindre vos objectifs
7. Comment intéresser vos prospects et clients avec un elevator pitch commercial ?
8. Qu'est-ce que l'effet de halo ? Comment l'utiliser dans la démarche commerciale et quels sont ses avantages ?
9. Qu'est-ce que le Customer Centric Selling ?
10. Parlons de l'omnicanalité et de son impact dans l'organisation commerciale
11. Quels sont les motivations et les freins à l'achat des clients ?
12. Adoptez la vente attitude
13. 10 conseils pour pratiquer l'écoute active
14. Quelle qualité et quelles conditions pour finaliser une vente ?
15. Et si, dans le business, l'empathie était la principale compétence ? A quoi sert-elle ?

02 Quiz - La compréhension basique du processus de vente

1. Quiz de module

03 La prospection et la découverte client

1. Les 4 étapes indispensables de la prospection client
2. 5 règles d'or pour mener sa prospection à la réussite
3. 6 étapes clés pour une prospection commerciale digitale efficace
4. Quelles sont les techniques de prospection commerciale efficaces ?
5. La prospection commerciale par recommandation
6. Phase de découverte : oubliez vos a priori !
7. Besoins clients ... Pas d'erreurs d'interprétation
8. L'art du Storytelling ou comment raconter une histoire qui fait vendre !
9. Méthode QQQCP : sachez utiliser les bonnes questions pour la découverte des besoins de vos clients
10. Comment prospecter et vendre par téléphone ?
11. Prospection commerciale : quelles sont les meilleures pratiques pour conclure une vente avec un prospect difficile ? Comment éveiller l'intérêt qui semble indifférent ?
12. Comment réussir un plan de découverte et ainsi améliorer ses ventes ?

04 Quiz - La prospection et la découverte client

1. Quiz de module

05 Le marketing d'avant-vente

1. Le bouche-à-oreille
2. Les fondamentaux d'une recommandation réussie
3. Découvrez nos (13) conseils pour faire de votre salon professionnel une vitrine accueillante
4. Quelle stratégie marketing pour vendre en B2C : quelles sont les bonnes pratiques du moment ?
5. Qu'est-ce que l'UX ?
6. Les différents outils de communication
7. Comprendre son environnement de vente
8. Comprendre les différents supports de vente et leurs impacts
9. Comprendre Google Analytics et les reportings
10. Comprendre LinkedIn et les reportings
11. Construire sa E-réputation sur LinkedIn
12. Comment traiter les données pour améliorer le processus de vente
13. Répondre aux avis positifs et négatifs de Google

06 Quiz - Le marketing d'avant-vente

1. Quiz de module

07 Les techniques de vente

1. Comment bien préparer son premier rendez-vous commercial ?
2. Qu'est-ce que la règle des 4 x 20 pour bien débiter un entretien commercial ?
3. Quelles sont les techniques de questionnement à maîtriser pour mener à bien son entretien de vente ?
4. Comment reformuler ?
5. Qu'est-ce qu'un bon argumentaire commercial ?
6. Comment réussir sa vente en 10 étapes ?
7. Quels outils pour mieux vendre ?
8. 3 conseils pour doper vos ventes
9. Quelles sont les meilleures techniques de vente du moment ?
10. Comment mieux vendre ?
11. Conclure une vente : 13 règles d'or conclure une vente
12. Conclure une vente : 10 techniques qui fonctionnent !
13. Techniques de vente en magasin, comment augmenter son chiffre d'affaires ?
14. Quels sont les 8 freins à l'achat les plus couramment rencontrés ?
15. Qu'est-ce qu'un mobile d'achat appelé aussi motivation d'achat ? Et comment décrypter les motivations d'achat de vos clients ?
16. Qu'est-ce que la méthode de vente SIMAC utilisée par la force de vente de nombreux grands groupes internationaux ?
17. Entrepreneurs, découvrez les 6 meilleures techniques de ventes pour vous aider à faire décoller votre business

08 Quiz - Les techniques de vente

1. Quiz de module

09 La prospection téléphonique

1. Découvrez 7 astuces pour améliorer vos ventes par téléphone
2. Comment booster votre performance en télévente ?
3. Comment dépasser vos propres freins et mener votre téléprospection avec succès ?
4. Vendre à un client par téléphone : voici quelques astuces pour améliorer votre technique d'approche
5. Téléprospection : des erreurs à éviter ? Absolument !
6. Comment augmenter vos prises de rendez-vous en téléprospection ?
7. Script ou guide d'entretien téléphonique : l'indispensable préparation pour une déjouer les barrières lors de vos campagnes de télémarketing
8. Script téléphonique pour vos actions de prospection téléphonique : existe-t-il une méthode parfaite ?
9. Nos conseils pour vous aider à réaliser des scripts d'appel efficaces pour atteindre vos objectifs

10 Quiz - La prospection téléphonique

1. Quiz de module

11 La négociation

1. Quelques exemples d'argumentation et de traitement des objections fréquentes
2. Négocier et défendre ses marges
3. Déjouer les pièges des acheteurs dans les négociations difficiles
4. Comment débloquer une vente ?
5. Les 5 erreurs à ne pas commettre en négociation commerciale
6. 7 techniques pour réussir ses négociations commerciales
7. Techniques de Closing : remportez vos deals grâce au traitement des objections de vos prospects
8. Comment répondre aux objections commerciales les plus fréquemment rencontrées ?
9. Comment gérer les objections clients ?

12 Quiz - La négociation

1. Quiz de module

13 L'après-vente et la fidélisation

1. Pourquoi fidéliser ses clients ?
2. Pourquoi s'intéresser à la fidélisation client ?
3. L'importance de la vente pour garantir la fidélité client
4. Découvrez 5 conseils pour fidéliser un client
5. L'écoute : clé de la relation clients
6. Vendeurs : soyez au top de votre relation client
7. Optimiser la gestion de son portefeuille clients
8. Quelles sont les meilleures stratégies pour développer son portefeuille client ?
9. Le début de la relation client ou comment bien gérer l'après-vente et la fidélisation
10. Comment soigner sa relation client avec un site web ?
11. Comment se différencier en temps de crise ? Quelles sont les meilleures stratégies en matière de fidélisation client ?
12. Comment optimiser la gestion de votre portefeuille clients à l'heure du digital ?
13. La satisfaction client, l'une des meilleures techniques de fidélisation
14. Les conséquences de l'insatisfaction client
15. Qu'est-ce que la relation client et comment soigner sa mise en application au sein de votre entreprise ?
16. Comment enrichir une relation client à distance dans une organisation omnicanale ?
17. Et si vous écoutiez vos clients mécontents ou insatisfaits ? Quelle est l'importance de cette écoute dans la fidélisation ?

14 Quiz - L'après-vente et la fidélisation