

PROGRAMME DE FORMATION COLLECTIVE

Structurer son cycle de vente autour de l'expérience client

Deux journées pour cartographier, fluidifier et professionnaliser son parcours commercial afin d'offrir une expérience client cohérente, rassurante et propice à la décision.



Formation
collective



Approche
opérationnelle



12 participants
maximum



Lieu : 37 Rue Barthélémy Thimonnier – 87280
Limoges



ATTIRER

Faire découvrir
et capter l'attention



CONNAÎTRE

Comprendre les besoins
et créer la confiance



CONVAINCRE

Proposer la solution
adaptée



CONCLURE

Faciliter la décision
et sécuriser l'engagement



FIDÉLISER

Accompagner et
créer de la valeur
dans la durée



SARL Groupe Cobalt – Détenteur de la marque BEEBOOST FORMATIONS

NDA : 75870210787 – SIRET : 90962948700010 | 37 Rue Barthélémy Thimonnier –
87280 Limoges

V09-26-1

INFORMATIONS PRATIQUES

DURÉE 10 heures – 2 journées de 5 heures	LIEU – EN PRÉSENTIEL 37 Rue Barthélémy Thimonnier – 87280 Limoges
PARTICIPANTS Maximum : 12 – Formation collective	PRIX 300 € HT par participant
DATES 14 et 15 octobre 2027	HORAIRES 8H00 – 13H00 les deux jours
FORMATEUR Ludovic Oliveira	ORGANISME DE FORMATION BEEBOOST FORMATIONS

PRÉAMBULE Donner les bons leviers pour accélérer son développement

Cette formation vise à accompagner les entrepreneurs dans la structuration d'un cycle de vente clair et maîtrisé, pensé non seulement comme une succession d'étapes commerciales mais comme une véritable expérience vécue par le prospect puis le client. Les participants analyseront leurs pratiques actuelles, identifieront les points de friction et formaliseront un parcours plus fluide, plus rassurant et plus performant.

Chaque participant est invité à venir avec son propre projet d'entreprise, ses documents commerciaux existants et un ordinateur portable afin de construire progressivement son Book cycle de vente pendant les deux journées.

OBJECTIF GÉNÉRAL

Être capable de structurer un cycle de vente cohérent, centré sur l'expérience client, afin de sécuriser le parcours du prospect, professionnaliser les interactions commerciales et améliorer la conversion.

LES 4 OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Analyser et cartographier son cycle de vente actuel afin d'identifier les étapes, les interactions, les points de friction et les pertes d'opportunités.
- Concevoir un parcours de vente centré sur l'expérience client en définissant les objectifs, les attentes du prospect et les bonnes pratiques à chaque étape.
- Structurer les rendez-vous, messages, supports et documents nécessaires pour rassurer le prospect, faciliter sa décision et professionnaliser la relation commerciale.
- Formaliser un cycle de vente complet, pilotable et reproductible, intégrant les relances, le suivi, la fidélisation et les indicateurs d'amélioration continue.

PROGRAMME DÉTAILLÉ Commercial • Expérience client

Jour 1 – Jeudi 14 octobre 2027 – 8H00 à 13H00 – Ludovic Oliveira

08H00 - 10H30	OBJECTIF 1 – ANALYSER ET CARTOGRAPHIER SON CYCLE DE VENTE	2H30
---------------	--	------

- Identifier les étapes réellement suivies aujourd'hui, du premier contact à la signature puis à l'après-vente.
- Cartographier les points de contact avec le prospect : recommandation, téléphone, e-mail, réseaux, rendez-vous, devis, relance et contractualisation.
- Repérer les ruptures de parcours, les délais, les oublis de relance et les moments où le prospect peut perdre confiance ou abandonner.
- Analyser les attentes, questions et freins du client à chaque étape afin de comprendre l'expérience actuellement proposée.

10H30 - 13H00	OBJECTIF 2 – CONCEVOIR UN PARCOURS CENTRÉ SUR L'EXPÉRIENCE CLIENT	2H30
---------------	--	------

- Définir le rôle de chaque étape du cycle : informer, qualifier, rassurer, convaincre, engager ou fidéliser.
- Clarifier ce que le prospect doit comprendre, ressentir et décider à chaque moment du parcours.
- Construire une démarche commerciale adaptée, du rendez-vous découverte à la présentation de l'offre et à la prise de décision.
- Définir les standards de qualité de l'expérience client : disponibilité, clarté, délai de réponse, personnalisation, preuve et suivi.

Production du Jour 1 : cartographie du cycle actuel et nouvelle architecture du parcours client.

PROGRAMME DÉTAILLÉ Jour 2 • Structuration et pilotage

Jour 2 – Vendredi 15 octobre 2027 – 8H00 à 13H00 – Ludovic Oliveira

08H00 - 10H30	OBJECTIF 3 – STRUCTURER LES INTERACTIONS ET LES OUTILS DU CYCLE DE VENTE	2H30
---------------	---	------

- Formaliser les points clés du rendez-vous découverte : qualification, besoins, enjeux, critères de décision et prochaines étapes.
- Structurer la présentation de l'offre et les éléments de réassurance nécessaires pour faciliter la décision du prospect.
- Identifier les documents et supports utiles : trame de découverte, proposition commerciale, devis, contrat, preuve sociale, témoignages, FAQ, relances, avis et documents de suivi.
- Définir les messages et actions à prévoir entre les rendez-vous afin de maintenir la relation et d'éviter les ruptures de parcours.

10H30 - 13H00	OBJECTIF 4 – FORMALISER, PILOTER ET AMÉLIORER SON CYCLE DE VENTE	2H30
---------------	---	------

- Définir une séquence de relance claire avec rythme, canal, contenu et critères d'arrêt ou de reprise de contact.
- Intégrer la signature, l'onboarding, le suivi de satisfaction, la demande d'avis et la fidélisation au cycle de vente global.
- Choisir des indicateurs simples : délai de conversion, taux de transformation, nombre de relances, origine des prospects et motifs de perte.
- Finaliser un Book cycle de vente complet, reproductible et utilisable comme référence opérationnelle dans l'activité.

LIVRABLE DE FORMATION

BOOK CYCLE DE VENTE

Le participant constitue pendant la formation un Book cycle de vente personnalisé comprenant :

- la cartographie visuelle du cycle de vente ;
- les objectifs et points de vigilance de chaque étape ;
- les trames de rendez-vous et de relance ;
- la liste des documents et supports à utiliser ou à créer ;
- les éléments d'expérience client à garantir à chaque point de contact ;
- les indicateurs de suivi et une check-list d'amélioration continue.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Apports théoriques (10 % du temps maximum par module).
- Co-construction du Book cycle de vente.
- Travaux pratiques appliqués au cycle réel de chaque participant.
- Mises en situation et échanges collectifs sur les étapes clés du parcours commercial.
- Accompagnement personnalisé.
- Supports numériques remis à chaque stagiaire.

MÉTHODES D'ÉVALUATION

- QCM de positionnement et d'acquisition.
- Évaluations formatives au travers des échanges, exercices et mises en situation.
- Vérification de la cohérence du cycle de vente formalisé et de sa capacité à être utilisé opérationnellement.
- Production finale du Book cycle de vente présentée en fin de formation.
- Enquête de satisfaction à chaud.

PRÉREQUIS

- Aucun diplôme préalable.
- Disposer d'une offre, d'un produit ou d'un service à commercialiser, même en cours de structuration.
- Ordinateur portable personnel exigé.
- Il est recommandé de venir avec ses documents commerciaux existants : devis, proposition, contrat, trame de rendez-vous, e-mails ou supports de relance.

ACCESSIBILITÉ

Les formations en présentiel se déroulent au : 37 Rue Barthélémy Thimonnier – 87280 Limoges

Référent handicap : Sébastien Lamaud

Téléphone : 07 63 17 26 65

E-mail : sebastien.lamaud@gmail.com

VOTRE CONTACT

Ludovic Oliveira

BEEBOOST FORMATIONS

Téléphone : 09 80 80 42 24

E-mail : beeboostformations@gmail.com