



# Programme de la formation

## CONSTRUIRE SON PROCESSUS DE VENTE

### Public visé :

- Indépendant / consultant en marketing, communication ou vente
- Professionnels du marketing, de la communication ou de la vente

### Prérequis et conditions d'accès à la formation :

- Être en poste au sein d'un département marketing, communication ou vente
  - *ou,*
- Avoir une première expérience dans l'un de ces domaines
  - *ou,*
- Avoir une activité de consultant

### Objectif(s) opérationnel(s) / compétence(s) visée(s) :

- Maîtriser la méthodologie Q2C Selling
- Savoir définir des personas
- Savoir construire un processus de vente efficient

### Objectifs pédagogiques :

- Avec les parties-prenantes :
  - Construire et comprendre les besoins de ses persona
  - Connaître les étapes de décision pour passer à l'achat
  - Avoir la picture des actions d'ores et déjà effectuées
  - Réfléchir à de nouvelles actions et étoffer les existantes
  - Emettre des priorités sur les premiers quick win à mettre en place
  - Sélectionner les KPI qui permettront de décider les étapes suivantes
  - Travailler en équipe, grâce aux principes de l'intelligence collective
- Apprendre par l'expérience et tester un cas d'usage
- Apprendre à travailler avec des outils en distanciel

- Apprendre à construire un plan d'action clair et cohérent et à le retranscrire en guise de synthèse à la fin de l'atelier

**Durée de la formation :**

02 journée de 07 heures soit un total de 14 heures de formation.

**Lieu de la formation :**

Formation à distance en synchrone.

Plusieurs outils seront utilisés afin d'animer la formation distancielle et notamment Miro, outil collaboratif très pratique pour faire coopérer tous les participants à distance de manière synchrone, et Zoom, un système de visioconférence pour le travail à distance avec la possibilité de créer des salles de réunion séparés.

Les informations de connexion (identifiant, tutoriel de connexion, etc.) à ces outils seront envoyés avant la formation.

**Accessibilité & prise en compte des situations de handicap :**

La formation est dispensée via des outils numériques. La formation pourra être adaptée en fonction du handicap.

1min30 répond à la réglementation concernant l'accessibilité aux personnes en situation de handicap. Dans ce contexte nous veillons à l'application des conditions d'accueil et d'accès des publics en situation de handicap.

Notre processus suit des étapes précises et concrètes :

- ⇒ Identification d'un potentiel handicap
- ⇒ Détermination de la typologie du handicap : moteur, auditif, visuel, intellectuel, psychique ou visuel
- ⇒ Transmission d'un questionnaire pour mettre en place les compensations possibles et personnalisables en adéquation avec le besoin du stagiaire

L'ensemble de ces étapes sont réalisées par un Référent Handicap :

DABI-SCHWEBEL Gabriel  
gds@1min30.com  
0673551736

**Délai d'accès :**

La formation sera accessible après un délai de 11 jours ouvrés à minima suivant l'inscription.

**Tarifs :**

- Inter : 1.900,00 euros hors taxes par stagiaire, majoré du taux de TVA en vigueur au moment de la formation
- L'organisme de formation ne pratique pas la subrogation.
- Les règlements peuvent s'effectuer par virement bancaire ou par chèque.
- Le stagiaire effectue un premier versement dont le montant ne peut être supérieure à 30 % du prix dû par le stagiaire. Le paiement du solde, à la charge du stagiaire, est échelonné au fur et à mesure du déroulement de l'action de formation (article L 733-6 du code du travail), selon l'échéancier choisi entre le stagiaire et 1min30.

## **Déroulé / contenu de la formation :**

Distanciel - synchrone

Timing			Objectifs pédagogiques	Déroulement / Contenus	Méthodes / Outils pédagogiques
Début	Fin	Durée			
<b>Jour 1 sur 2</b>					
08:45	09:00	00:15	Accueil des participants	Accueil - Vérification des connexions	Présentation des stagiaires et recueil des attentes
09:00	09:15	00:15	Présentation du déroulé de la journée	Présentation journée > Formation à la méthode Q2C Selling + pratique de l'intelligence collective & outils en distanciels Objectif à la fin de la journée : avoir élaboré un processus de vente et avoir challengé les actions actuelles. Rappel des outils : Zoom et Miro Règles de vie de groupe : Etre, présent, Mute ou pas, Une seule conversation à la fois/lever la main ou par chat dans Zoom et pas dans Mural, Rebondir sur les idées des autres, retarder la critique Oser dire, faire (encore plus en atelier d'apprentissage ou l'intention c'est d'apprendre par le faire, donc il faut oser dire quand ca va pas), le must : se faire plaisir! Demander aux participants si cela convient ou si des règles doivent être ajoutées Timings de la journée et pause	Miro
09:15	10:15	01:00	Inclusion - Se familiariser avec les outils, Zoom et Miro - Expliquer les fonctionnalités clés - comprendre les principes de l'intelligence collective ( A noter - Cette partie permet de construire l'esprit d'équipe et de 'décrisper' les participants - il s'agit de bien prendre le temps)	Activité 1 : Demander de télécharger une photo (ou les avoir récupéré avant et placer sur le mur) Demander aux participants de placer la photo sur la carte de france en fonction de leur lieu de naissance Activité 2 : Demander aux participants de placer un post-it dans la pièce dans laquelle ils sont actuellement pour travailler Activité 3 : Demander aux participants de créer un arbre de décision, lors d'une prise de commande au restaurant afin de se familiariser avec la notion d'arbre de décision.	Miro
10:15	11:15	01:00:00	Définir son processus de vente	Explication du processus de vente - A quoi il sert - La nécessité de prendre du recul sur son processus de vente actuel pour imaginer ce que vos prospects attendent réellement de lui. Explication de comment remplir le canvas avec l'exemple de la question 1  Remplir 1 case du canvas Question 1 : Quels sont les bons projets / produits pour mon entreprise ? Demander à chaque team de répondre à la question en s'appuyant sur les questions types prédéfinies présentes sur le mur Miro 1 min pour regarder les idées des autres  Débriefing des idées qui ont pu émerger	Sales process Canvas
11:15	11:25	00:10	Pause	Le consultant revoit les étapes et indique les modifications et / ou complète le cas échéant	
11:25	13:25	02:00	Définir son processus de vente  <b>Suite</b>	Questions 2, 3 : Qu'est ce qui convainc mes clients de signer avec moi ? Qu'est ce qui peut réduire nos chances d'aboutir une vente ? Explication Demander à chaque team de répondre aux questions Regarder les réponses des autres groupes - Demander à un rapporteur de présenter les questions Débrief général  Questions 4, 5, 6 : Quels sont les bons clients pour mon entreprise ? Qui est impliqué dans la proposition de valeur ? Qui peut s'opposer à la réussite du processus ? Demander à chaque team de répondre à l'ensemble des questions Demander à un rapporteur de présenter les réponses Débrief général  Voir la pertinence des mots clés ou les noter au fur et à mesure par le consultant	
13:25	14:25	01:00	Déjeuner		
14:25	14:35	00:10	Redonner de la dynamique au groupe	Energizer pour re-donner de la dynamique	

14:35	17:35	03:00	Définir son processus de vente  <b>Suite</b>	Mise en situation pratique autour d'un cas fictif.  Créer un arbre décision et un sales process canvas afin de se positionner sur un marché saturé.  Vérification des éléments par l'intervenant et débriefing en groupe	
<b>Jour 2 sur 2</b>					
08:45	08:55	00:10	Accueil des participants	Accueil - Vérification des connections	Tour de table des ressentis de la formation de la veille
09:45	12:00	02:15	Définir son Go/NoGo	Durant cette étape, le consultant co-construit avec les groupes l'arbre de décision du processus de vente.  Explication du fonctionnement d'un arbre de décision Modélisation de l'arbre de décision :  Pour chacune des étapes : qualification, proposition de valeur et closing. Chaque participants définis les facteurs d'influences de chaque étape ainsi que les raisons pour lesquelles la vente pourrait s'arrêter (raisons de l'entreprise ou du client) puis définit les objectifs suivants (rendez-vous, e-mail...)  A l'issue de cette étape les équipes auront une idée claire des règles permettant d'initier ou non le processus de vente et la manière dont il se déroulera.	Arbre de décision
12:00	13:00	01:00	Déjeuner		
13:00	15:00	02:00	Stories	L'objectif de cette étape est de définir les conversations, les contenus, les stories, les tâches et les modalités tout au long de votre processus de vente.  Explication des différentes terminologies par votre consultant et exemple de structure pour chacune  Chaque groupe se répartit les 5 types de contenus à créer pour enrichir le processus de vente et travail sur des exemples pour chaque typologie.  Review des contenus et retours des autres groupes et du consultant par rapport à ce que chaque groupe a produit  Modélisation du partage des contenus via la matrice des contenus pour définir quelle contenu est envoyé à quelle étape du parcours client  Exercice de création de stories	Canvas stories
15:00	15:10	00:10	Pause		
15:00	16:00	01:00	Choisir les actions dans les étapes prioritaires et les étapes à travailler	Classer les actions dans chacune des parties par ordre de priorités (inspirer vous de la matrice impact /effort) Débriefier sur les différents choix	Matrice Impact
16:00	17:00	01:00	Décrire le plan d'action	Parmi les actions prioritaires, définissez votre contribution individuelle et quelle serait la prochaine étape pour la mettre en oeuvre - Partager en groupe et ajuster	Matrice Plan d'action
17:00	17:45	00:45	Debrief de la session et de l'atelier	Indiquer les points importants à retenir, les points de vigilance et /ou à travailler Cloturer la session en précisant la prochaine étape Faire un ROTI afin de demander aux participants leur ressenti sur la session ( et éventuellement leur demander de remplir un feedback à chaud sur	Matrice Feedback

## **Moyen d'encadrement :**

La formation sera dispensée par Gabriel DABI-SCHWEBEL, fondateur de l'agence 1min30, expert marketing et inventeur de la méthodologie Acquisition Strategy Design

**Gabriel DABI-SCHWEBEL**  
**Directeur du Programme**  
**[gds@1min30.com](mailto:gds@1min30.com)**

Ingénieur de formation, il a accompagné notamment pour Alcatel, TF1, SFR et Lagardère Active le lancement de nombreuses révolutions numériques : 3G, VoD, Triple Play, TV Mobile, Apps Smartphone, Smart Grid, etc.

Ces expériences ont forgé son expertise du marketing interactif et sa connaissance des technologies digitales. En 2012, après avoir mis en oeuvre personnellement dans le cadre de startups, l'approche de l'inbound marketing et en avoir mesuré les bénéfices, il a décidé de créer l'Agence 1min30.

L'intervenant pourra être contacté par mail avant et après la session : [gds@1min30.com](mailto:gds@1min30.com)

## **Moyens techniques**

Pour les sessions de formation, il faudra à minima un ordinateur connecté à internet afin de pouvoir suivre la formation par visio-conférence.

Les accès spécifiques seront indiqués au stagiaire afin qu'il puisse suivre la formation dans de bonnes conditions.

Les stagiaires auront également besoin d'un nécessaire d'écriture pour les cas pratiques.

Deux outils principaux seront utilisés :

- Miro, outil collaboratif très pratique pour faire coopérer tous les participants à distance de manière synchrone
- Zoom, un système de visioconférence pour le travail à distance avec la possibilité de créer des salles de réunion séparés.

Les informations de connexion (identifiant, tutoriel de connexion, etc.) à ces outils seront envoyés avant la formation.

## **Modalités d'évaluation :**

Evaluation faite au fil de la formation, à la fin de chaque phase, afin de s'assurer que les stagiaires ont assimilés les enseignements dispensés lors de l'exposé théorique. Cette évaluation passe notamment par la correction de cas pratiques, éventuels QCM, jeu de questions/réponses, etc.

A la fin de la formation, un échange aura lieu avec l'intervenant afin de s'assurer des acquis du stagiaire.

## **Modalités d'enseignement à distance :**

Il pourra être demandé au stagiaire de mettre en application les différents éléments qui auront été dispensés par le biais de cas pratique.

Ces cas pratiques seront organisés sur la base d'un cas fictif d'entreprise ou d'un cas réel. Le stagiaire prendra connaissance de la problématique et devra, dans un temps imparti, répondre à la problématique en utilisant l'ensemble des connaissances qui auront été dispensées au cours de la formation. Le cas pratique sera ensuite corrigé par l'intervenant afin de valider les acquis.

## **Effectif Plancher/plafond**

Inter : La formation pourra être dispensée à partir d'1 personne. Le plafond de participants est de 12 personnes.

## **Référents :**

### **Référent pédagogique :**

DABI-SCHWEBEL Gabriel  
gds@1min30.com  
0673551736

### **Référent Handicap :**

DABI-SCHWEBEL Gabriel  
gds@1min30.com  
0673551736