

FICHE DE FORMATION

RENDEZ-VOUS OUTBOUND

Professionalisez votre approche commerciale pour engager durablement vos prospects



Ten Steps to sign up !™
Une approche commerciale unique
dédiée aux dirigeants de réseaux
sur les marchés B2C et B2B

PUBLIC

Toute personne en charge du développement commercial au sein d'un centre de profit :

- SDR
- Setter
- Assistant commercial
- Conseiller commercial
- Business developers
- Ingénieur d'affaires
- Consultant commercial
- Closer
- Autres fonctions commerciales sur le marché grand public et/ou le marché entreprises (B2C/B2B)

PRÉREQUIS

- Exercer ou être amené à exercer une fonction commerciale
- Intervenir dans la vente de produits et/ou de prestations



LA CLOSING ACADEMIE

OUTBOUND
Jun 2026

10 étapes pour engager durablement vos prospects B2B

Sans un RV1 maîtrisé, la suite du cycle se réduit à une présentation sans impact. Dans un cycle de vente B2B, le rendez-vous de découverte (RV1) est le moment décisif qui conditionne la suite du processus commercial. Trop souvent mal structuré, il conduit à des opportunités mal qualifiées, des propositions peu différenciantes et une perte d'efficacité commerciale.

Conçue pour les réseaux souhaitant professionnaliser leurs équipes commerciales, cette formation permet aux commerciaux, business developers et responsables développement de maîtriser une méthode structurée de conduite du rendez-vous de découverte. À l'issue de la formation, les participants seront capables de structurer leurs entretiens, d'identifier les enjeux réels de leurs prospects et de sécuriser leur engagement vers l'étape suivante du cycle de vente.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

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

- Structurer un début d'entretien en obtenant la validation explicite de l'ordre du jour par le prospect
- Identifier au moins 3 enjeux "business" (entreprise et métiers) et 2 enjeux "personnes" et "décisionnaires" lors de l'entretien de découverte
- Reformuler une synthèse claire reliant les enjeux identifiés à une proposition de valeur
- Construire et délivrer un pitch structuré intégrant preuves et différenciation
- Obtenir un engagement concret du prospect (prise de rendez-vous ou prochaine étape validée)

DURÉE & MODALITÉS

16h

- Bootcamp Intra (présentiel) | 2 x 8h
- ≠ Formules d'accompagnement
- Tarifs : nous consulter

Effectif : 3 à 12 participants
Délai d'accès : Environ 3 semaines, le temps de finaliser l'analyse du besoin, la convention et, le cas échéant, l'accord de prise en charge*
(* voir délais d'instruction de l'organisme financeur

AVANT

Diagnostic amont des techniques de vente et de commercialisation B2B

- par questionnaire
- par audit
- par entretien individuel

PENDANT

Études de cas, jeux de rôle, simulations

Appels réels (en option)
Quiz et évaluations formatives

APRÈS

Diagnostic aval
Bilan

Modalités d'évaluation

PÉDAGOGIE

Pédagogie active et expérientielle
Entraînement sur situations réelles
Assimilation rapide de la Méthode Ten Steps to *sign up!*™ exclusive pour un impact dès le 1er mois

Conseils, modalités & inscriptions : contact@closing-academie.com - www.closing-academie.com

Nous sommes engagés pour l'inclusion. Nos formations sont accessibles à un large public, mais nous restons à votre écoute pour trouver les aménagements nécessaires et ainsi les adapter aux personnes en situation de handicap. Veuillez contacter notre référent handicap : Naznine Mouhamad – contact@closing-academie.com - 06 62 25 37 98

Contenu de la formation

Créer les conditions du rendez-vous

Step 1. Briser la glace

- Créer une première impression professionnelle et chaleureuse (CPED)
- Structurer une entrée en matière efficace (contextualisée à partir d'un élément de recherche préalable)
- Calibrer son énergie et son rythme verbal pour s'aligner sur l'interlocuteur dès les 30 premières secondes

Step 2. Le cadrage : poser un ordre du jour

- Énoncer un ordre du jour clair et engageant en posant le cadre temporel, les objectifs du rendez-vous et les livrables attendus

☑ **MC1 : Déroulement.** Votre prospect valide l'ordre du jour du RV1.

Step 3. La découverte relationnelle : rencontrer son interlocuteur

- Offrir la parole
- Activer le "vecteur relationnel" en pratiquant l'écoute active et le questionnement centré sur la personne (et non sur le besoin)

Step 4. La découverte des enjeux (1) de l'entreprise

- Questionner les objectifs stratégiques de l'entreprise
- Identifier l'écart entre la situation actuelle et la situation désirée
- Relier les enjeux business exprimés au contexte (marché, économie...)

☑ **MC2 : Pain point** de votre prospect

☑ **MC3 : Ambition** de votre prospect

Step 5. La découverte des enjeux (2) des métiers

- Cartographier les services et fonctions impactés par la solution en questionnant l'organisation interne
- Questionner les processus métiers actuels et les indicateurs de performance des services concernés pour objectiver le besoin de la solution
- Identifier les interactions entre services pour anticiper l'ampleur du déploiement et les effets de cascade

☑ **MC4 : Effectifs.** Votre prospect partage le nombre de bénéficiaires concernés par la solution.

☑ **MC5 : Organisation.** Votre prospect partage les freins (disponibilité, résistances au changement, contraintes terrain) susceptibles d'influencer le format et le calendrier

Explorer et qualifier

Phase DÉCOUVRIR

MÉTHODES

- Démonstration commentée "Prise de contact"
- Mise en situation
- Profilage DISC

MODALITÉS

- Grille d'observation
- Feedback structuré

Phase ARGUMENTER

MÉTHODES

- Apport méthodologique
- Atelier de formulation de son cadrage

MODALITÉS

- Travail en sous-groupe
- Coconstruction d'une trame-type

Phase DÉCOUVRIR

MÉTHODES

- Jeux de rôle (vendeur / prospect / observateur)

MODALITÉS

- Atelier en trinôme
- Débriefing collectif structuré
- Fiche outil

Phase DÉCOUVRIR

MÉTHODES

- Cartographie des enjeux entreprise
- Étude de cas (analyse d'un verbatim)

Phase ARGUMENTER

MODALITÉS

- Travail en sous-groupe sur cas réel
- Restitution argumentée
- Matrice « enjeux / impact »

Phase DÉCOUVRIR

MÉTHODES

- "Mapping des parties prenantes" (RH, commercial, management, opérations)
- Simulation de questionnement

Phase ARGUMENTER

MODALITÉS

- Exercices pratiques en binôme
- Débriefing formateur

PROFIL DES FORMATEURS

Formateurs experts en vente B2B et développement commercial, disposant d'une expérience significative de la prospection, de la découverte des besoins et du pilotage de cycles de vente complexes.

Conseils, modalités & inscriptions : contact@closing-academie.com - www.closing-academie.com

Nous sommes engagés pour l'inclusion. Nos formations sont accessibles à un large public, mais nous restons à votre écoute pour trouver les aménagements (supports et modalités) nécessaires et ainsi les adapter aux personnes en situation de handicap. Veuillez contacter notre référent handicap : Naznine Mouhamad - contact@closing-academie.com - 06 62 25 37 98



Contenu de la formation (suite)

Explorer et qualifier

Step 6. La découverte des enjeux (3) des personnes

- Identifier les collaborateurs concernés (nombre, profils, attentes)
- Évaluer leur niveau de maturité et leur situation actuelle pour dimensionner le besoin de la solution et personnaliser l'approche
- Faire émerger les conséquences humaines du statu quo (démotivation, turnover, perte de performance) pour ancrer l'urgence d'agir

Step 7. La découverte des enjeux (4) du ou des décideur(s)

- Faire verbaliser les conséquences concrètes de l'inaction
- Faire exprimer les bénéfices attendus d'un passage à l'action pour créer un engagement émotionnel en plus du rationnel
- Questionner le budget et l'enveloppe d'investissement prévue

☑ **MC7 : Investissement.** Votre prospect accepte le budget.

Step 8. La valorisation de la marque

- Délivrer un pitch structuré de l'entreprise, de l'enseigne ou du réseau
- Structurer une offre (gamme)
- Positionner l'entreprise comme un partenaire stratégique

☑ **MC8 : Singularité.** Votre prospect confirme qu'il cherche quelqu'un comme vous pour l'accompagner dans son projet.

Step 9. La proposition de valeur

- Projeter le prospect dans sa situation idéale
- Valoriser les offres au regard des attentes prioritaires du prospect
- Valoriser les études de cas et témoignages

☑ **MC9 : Projection.** Votre prospect se projette dans un futur post-solution.

Step 10. La réservation du RV2

- Opérer la reformulation de synthèse finale avec les 9 CIA
- Convenir d'une date de RV2

☑ **MC10 : Réservation.** Votre prospect s'engage sur une date de 2^e rendez-vous

Transformer et engager

DISPOSITIF D'ACCOMPAGNEMENT ET DE SUIVI DES APPRENANTS

Tout au long du parcours, les apprenants bénéficient d'un dispositif de suivi visant à sécuriser leur progression pédagogique, à accompagner l'appropriation des compétences et à favoriser leur mise en application professionnelle.

- Accompagnement individualisé ou collectif
- Feedbacks structurés
- Émargement
- Diagnostics amont et aval
- Outils de suivi de progression
- Supports de formation et/ou book, trame complète de RV de découverte, script d'ouverture personnalisable, grille de questionnement stratégique, modèle de pitch structuré, check-list de validation RV1

Phase DÉCOUVRIR

MÉTHODES

- Jeux de rôle en situation

Phase ARGUMENTER

MODALITÉS

- Observation
- Feedbacks croisés (pairs + formateur)

Phase ARGUMENTER

MÉTHODES

- Simulation du double engagement (raison + émotion) : 5e why
- L'art du questionnement

Phase ENGAGER

MODALITÉS

- Exercices guidés sur les scénarios prospect
- Travail en groupes

Phase ARGUMENTER

MÉTHODES

- Travail d'oralisation et de projection

Phase ENGAGER

MODALITÉS

- Supports narratifs appliqués à la vente
- Guide méthodologique

Phase ARGUMENTER

MÉTHODES

- Simulation du discours "cœur-tête-tripes"
- Construction de cas client

Phase ENGAGER

MODALITÉS

- Trames de discours
- Book de preuves
- Débriefing collectif

Phase ENGAGER

MÉTHODES

- Scénarios d'engagement et de non-engagement

MODALITÉS

- Exercices en binômes
- Restitution en groupe



Conseils, modalités & inscriptions : contact@closing-academie.com - www.closing-academie.com

Nous sommes engagés pour l'inclusion. Nos formations sont accessibles à un large public, mais nous restons à votre écoute pour trouver les aménagements (supports et modalités) nécessaires et ainsi les adapter aux personnes en situation de handicap. Veuillez contacter notre référent handicap : Naznine Mouhamad - contact@closing-academie.com - 06 62 25 37 98

LA
CLOSING
ACADÉMIE

OUTBOUND
Jun 2026



Cabinet de conseil en stratégie commerciale
OF spécialisé sur les compétences liées au développement commercial
et au management commercial

Pour les **dirigeants de réseaux**

[Retrouvez l'ensemble de notre catalogue en cliquant ici](#)

La CLOSING ACADEMIE

La Closing Académie est une marque de NMF CONSULTING
1 000 route de Grabels 34 980 Combaillaux

SA au capital de 3 000 € - 829 767 441 00027 R.C.S Montpellier
Code APE 70.22Z - NDA 76341132134

 Trustpilot



La Closing
Académie est notée
Excellent

