



You'll Never Sell Alone

Parcours de formation

Performance commerciale :
de l'offre à la vente

2025



*Certifiés QUALIOPi pour nos actions de formation (Certificat N° F1277),
les formations que nous dispensons peuvent être prises en charge par
votre OPCO*

La certification qualité a été délivrée au titre des catégories d'actions suivantes:
ACTIONS DE FORMATION



You'll Never Sell Alone

YNSA Metz est le partenaire des entreprises du Grand Est qui veulent booster leur développement commercial. Avec une plateforme d'innovation et d'industrialisation, YNSA accompagne les projets ambitieux, de la conception à la mise sur le marché



Sous la direction de Christophe Simoutre, expert en commercial depuis 30 ans, YNSA aide les entreprises à accélérer leur croissance, en alliant performance, innovation et durabilité.



Durée :

Formation sur demande (de 1 à 4 jours)

Vendredi 27/06 :

Le mix produit

Vendredi 12/09 :

Les canaux de distribution

Vendredi 10/10 :

La prospection (améliorer son efficacité commerciale)

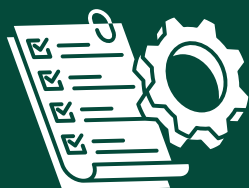
Vendredi 28/11 :

La négociation client



Le prix :

530 euros HT / personne et par jour



Prérequis :

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre l'ensemble de la formation



Cible de la formation :

Entrepreneur, Directeur commercial,
Commercial, Technico-commercial,
Responsable Grands Comptes.

Vendredi 27/06

Le mix produit



Les objectifs pédagogiques :

- Analyser son marché et concurrents
- Définir des gammes de produits rentables
- Animer les gammes de produits



Durée de la formation :

7h00.



Les contenus :

1. Enjeux de l'entreprise, ses valeurs, sa culture, ses objectifs, ses contraintes
2. Analyse de l'activité et du marché
3. Situer l'offre dans le contexte : la valeur ajoutée
4. Caractéristiques des produits de la gamme
5. Conditionnement des gammes, nom et protection
6. Politique de prix
7. Politique de vente
8. Politique de promotion
9. Tableau de bord et indicateurs



Moyens d'évaluation :

Fiches évaluation formation, questionnaires de formation, QCM, jeux de rôles (acheteur/vendeur), partage d'expériences.

Vendredi 12/09

Les canaux de distribution



Les objectifs pédagogiques :

- Vendre et communiquer
- Prospecter et développer son chiffre d'affaires
- Concilier production et vente



Durée de la formation :

7h00.



Les contenus :

1. Les différents modèles de circuits de distribution
 - a. Circuit de distribution direct (directement du fabricant au consommateur)
 - b. Circuit court (délivrance via des acteurs locaux)
 - c. Circuit long (via des intermédiaires, grossistes, détaillants, etc.)
 - d. Circuit hybride (combinaison de plusieurs types de circuits)
2. Le choix du circuit de distribution pour un fabricant agroalimentaire
 - a. Critères de choix
 - b. Impact sur la stratégie marketing
 - c. Exemples de stratégies gagnantes
3. Les choix logistiques dans les circuits de distribution agroalimentaire
 - a. Gestion de la chaîne d'approvisionnement
 - b. La gestion des délais et des risques de rupture de stock
 - c. Solutions innovantes en logistique



Moyens d'évaluation :

Fiches évaluation formation, questionnaires de formation, QCM, jeux de rôles (acheteur/vendeur), partage d'expériences.

Vendredi 10/10 :

La prospection

(améliorer son efficacité commerciale)



Les objectifs pédagogiques :

- Développer son efficacité commerciale
- Mieux se connaître et développer son efficacité à la gestion de la relation commerciale
- Optimiser ses propres ressources en vue de réunir les conditions de réussite nécessaires à la pratique de la négociation



Durée de la formation :

7h00.



Les contenus :

1. Comprendre les mécanismes de la relation client
2. Développer son potentiel relationnel
3. Maîtriser les outils de la communication
4. Développer son potentiel de négociateur à la relation client
5. Acquérir une méthode, un savoir-faire dans la négociation commerciale



Moyens d'évaluation :

Fiches évaluation formation, questionnaires de formation, QCM, jeux de rôles (acheteur/vendeur), partage d'expériences.

Vendredi 28/11

La négociation client



Les objectifs pédagogiques :

- Organiser et savoir se préparer à la prospection
- Renforcer sa capacité de persuasion quelque soit son interlocuteur
- Mener un entretien téléphonique et physique en traitant les objections
- Adopter une écoute active, maîtriser le silence, utiliser la reformulation et les feeds back



Durée de la formation :

7h00.



Les contenus :

1. Prospecter efficacement
 - a. Identifier et qualifier ses prospects
 - b. Identifier les différents canaux de prospection active (téléphonique, foires, salons, porte à porte, réseaux)
 - c. Analyser et planifier les actions de prospection (tableaux de bord, reporting)
2. Optimiser son RDV de prospection
 - a. Préparer et objectiver son rdv
 - b. Anticiper les points susceptibles d'être négociés
 - c. Réussir la prise de contact, la découverte, l'écoute, l'argumentation, le traitement des objections et la conclusion
 - d. Évaluer la visite par un débriefing approfondi



Moyens d'évaluation :

Fiches évaluation formation, questionnaires de formation, QCM, jeux de rôles (acheteur/vendeur), partage d'expériences.



Informations & inscription :



agathe.vettier@iaa-lorraine.fr



Agathe Vettier

Chargée de projet Marketing -
Agria Grand Est

06 37 81 51 56