

Formation technique de vente multicanal

Séances individuelles d'une heure, 100 % personnalisées, adaptées à vos canaux de vente réels et à votre contexte métier. Un expert sénior dédié vous accompagne du cadrage initial jusqu'à la dernière séance.

DURÉE

65 séances · 65 h

TARIF HT

À partir de 9 750 € HT

FORMAT

Visio

CATÉGORIE

Commerce

DURÉE

**65 séances ·
65 h**

TARIF HT

**À partir de
9 750 € HT**

FORMAT

Visio

SESSIONS

65 séances

CUMUL DE VOTRE SÉLECTION

4 niveaux sélectionnés · **65 séances individuelles** de **1 heure** en visio · **65 heures** au total · **À partir de 9 750 € HT** .

01 Présentation

La vente ne se joue plus sur un seul front. Prospecter sur LinkedIn, relancer par email, conclure en visio, gérer un pipeline CRM en temps réel : chaque canal impose ses propres codes, ses délais, ses types d'objections. Coordonner ces canaux dans une approche cohérente est ce qui différencie les commerciaux qui signent régulièrement de ceux qui s'épuisent à multiplier les tentatives sans méthode.

Cet accompagnement professionnel part d'un principe fondamental : une technique apprise hors de votre contexte ne s'applique pas durablement. C'est pourquoi chaque parcours s'ouvre sur une séance de cadrage avec votre expert dédié. Ensemble, vous analysez vos canaux actifs, vos cibles, votre offre et les points de friction qui freinent vos conversions. Le programme est ensuite retravaillé pour coller à votre réalité commerciale, pas à un cas d'école.

Vous travaillez sur vos propres outils : CRM, séquenceur email, LinkedIn, outil de présentation. L'expert est un praticien sénior. Il vous montre ce qu'il fait lui-même, adapte en direct quand quelque chose ne fonctionne pas dans votre contexte, et reste disponible entre les séances pour les questions courtes.

Chaque séance produit un livrable directement utilisable : un script d'approche, une séquence de prospection, un tableau de bord de pilotage, un plan de relance, une proposition commerciale. Ce que vous construisez pendant l'accompagnement, vous continuez à l'utiliser après.

L'organisation suit votre agenda. Les séances d'une heure s'intègrent dans votre semaine sans désorganiser votre activité commerciale. Vous pouvez progresser à votre rythme, en concentrant les séances sur les périodes à fort enjeu commercial ou en les étalant pour ancrer chaque bloc avant de passer au suivant.

À l'issue de l'accompagnement, vous disposez d'une méthode structurée testée sur vos cas réels, d'outils opérationnels et d'un expert que vous connaissez. Une technique de vente multicanal qui fonctionne dans votre secteur, avec vos cibles, sur vos canaux.

02 Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le stagiaire est capable de :

Identifier les 5 canaux de vente prioritaires selon son secteur et ses cibles

Construire son premier script d'approche commerciale adapté à son offre

Cartographier son cycle de vente et les décideurs clés à adresser

Appliquer les techniques de découverte client (SONCAS, SPIN) sur des cas réels métier

Produire un tableau de bord de suivi d'activité commerciale hebdomadaire

Qualifier et relancer ses opportunités dans un CRM en autonomie

Concevoir une première séquence de prospection multicanal (email, LinkedIn, téléphone)

03 Public & prérequis

PUBLIC CONCERNÉ

Commerciaux en prise de poste, assistants commerciaux souhaitant évoluer vers un rôle de vente, entrepreneurs démarrant leur activité commerciale. Convient à toute personne amenée à prospecter et vendre sans expérience préalable en techniques structurées.

PRÉREQUIS

Aucun prérequis technique. Être en activité ou en cours de prise de poste avec une dimension commerciale (prospection, vente, relation client).

04 Programme par séance

65 séances individuelles d'1 heure en visio avec votre expert dédié. Chaque séance débute par un point d'avancement et se termine par un livrable concret · pas de cours générique.

Programme cumulé sur 4 niveaux : Débutant, Intermédiaire, Confirmé, Expert.

NIVEAU DÉBUTANT

SÉANCE 01

Séance 1 · Audit de votre activité et cadrage du parcours

1H

- Analyse de vos canaux de vente actuels et de votre offre
- Identification de vos 3 cas d'usage commerciaux prioritaires
- Adaptation du programme à votre contexte métier et à vos cibles

SÉANCE 02

Séance 2 · Fondamentaux de la vente : les mécanismes qui font signer

1H

- Les 4 étapes d'un cycle de vente simple
- Différences de posture : vente transactionnelle vs vente consultative
- Livrable : identification de votre profil commercial et de vos forces actuelles

SÉANCE 03

Séance 3 · Cartographie de vos cibles et de leur parcours d'achat

1H

- Définir son ICP (Ideal Customer Profile)

Comprendre les déclencheurs de décision selon le secteur

- Livrable : fiche persona acheteur pour votre offre principale

SÉANCE 04**Séance 4 · Les canaux multicanal : panorama et codes de chaque canal****1H**

- Téléphone, email, LinkedIn, visio, présentiel : codes et usages
- Quand utiliser quel canal selon le stade du cycle de vente
- Livrable : matrice canaux vs stades du cycle adaptée à votre contexte

SÉANCE 05**Séance 5 · Construire son script de prospection téléphonique****1H**

- Structure d'un appel sortant : accroche, qualification, rebond, conclusion
- Traiter les objections courantes ("pas le temps", "envoyez un mail")
- Livrable : script téléphonique pour votre offre, testé en direct avec l'expert

SÉANCE 06**Séance 6 · Prospection LinkedIn : approche personnalisée et efficace****1H**

- Optimisation du profil pour la crédibilité commerciale
- Techniques d'approche pour engager sans paraître générique
- Livrable : 3 messages de prise de contact rédigés pour votre cible

SÉANCE 07**Séance 7 · Email de prospection : écrire des messages qui reçoivent une réponse****1H**

Structure d'un email de prospection efficace (objet, corps, CTA)

- Personnalisation sans passer de temps excessif par email
- Livrable : séquence email 3 messages pour un cas d'usage réel

SÉANCE 08**Séance 8 · La phase de découverte : poser les bonnes questions****1H**

- Méthode SPIN et SONCAS appliquées à votre contexte
- Écoute active et reformulation pour identifier les vrais enjeux
- Livrable : grille de questions de découverte pour votre offre

SÉANCE 09**Séance 9 · Argumenter et présenter son offre****1H**

- Structure CAB (Caractéristique, Avantage, Bénéfice)
- Adapter son discours à chaque type de décideur
- Livrable : argumentaire structuré pour votre offre principale

SÉANCE 10**Séance 10 · Gérer les objections en face-à-face et en visio****1H**

- Les 5 objections les plus fréquentes dans votre secteur
- Techniques de rebond : reformuler, isoler, répondre, confirmer
- Livrable : fiche objections et réponses personnalisée à votre contexte

SÉANCE 11**Séance 11 · Introduction au CRM : organiser son pipeline****1H**

- Choisir les étapes de son pipeline selon son cycle de vente réel

Renseigner et qualifier ses opportunités correctement

- Livrable : pipeline configuré dans votre CRM (HubSpot ou équivalent)

SÉANCE 12**Séance 12 · Relance et suivi : rester présent sans harceler****1H**

- Rythme de relance selon le stade du pipeline et le canal
- Automatiser ses relances sans perdre la personnalisation
- Livrable : plan de relance structuré sur 4 semaines

SÉANCE 13**Séance 13 · Piloter son activité : les KPIs du commercial débutant****1H**

- 5 indicateurs à suivre chaque semaine
- Construire un tableau de bord d'activité simple et actionnable
- Livrable : tableau de bord hebdomadaire dans votre outil de travail

SÉANCE 14**Séance 14 · Simulation d'entretien commercial complet****1H**

- Jeu de rôle sur un cas réel apporté par le stagiaire
- Débriefing structuré par l'expert : points forts, axes d'amélioration
- Ajustements du plan d'action personnel selon les retours

SÉANCE 15**Séance 15 · Bilan et plan d'action post-accompagnement****1H**

- Synthèse des livrables produits pendant le parcours

Évaluation finale sur mise en situation réelle

- Plan d'action 90 jours pour ancrer les nouvelles pratiques commerciales

NIVEAU INTERMÉDIAIRE

SÉANCE 16

Séance 1 · Audit de votre processus actuel et cadrage du parcours

1H

- Analyse de vos canaux actifs, de votre CRM et de vos performances actuelles
- Identification des 3 principaux goulots d'étranglement de votre pipeline
- Adaptation du programme à votre secteur et à vos outils

SÉANCE 17

Séance 2 · Cartographier son cycle de vente multicanal

1H

- Identifier les étapes clés de votre cycle réel vs votre cycle idéal
- Rôle de chaque canal à chaque stade de la décision
- Livrable : carte de votre cycle de vente par canal

SÉANCE 18

Séance 3 · Segmenter ses cibles pour personnaliser son approche

1H

- Critères de segmentation pertinents selon votre offre et votre secteur
- ICP enrichi : déclencheurs d'achat, maturité, canaux préférés
- Livrable : matrice de segmentation par cible et par canal

SÉANCE 19

Séance 4 · Concevoir une séquence de prospection multicanal

1H

Architecture d'une séquence : ordre des canaux, délais, variantes

- Règles pour éviter le spam et maintenir la personnalisation à l'échelle
- Livrable : séquence 8 touchpoints LinkedIn, email et téléphone

SÉANCE 20**Séance 5 · Rédiger des emails de prospection à fort taux de réponse****1H**

- Copywriting commercial : objet, accroche, valeur, CTA
- Tests A/B sur objets et corps de message
- Livrable : 3 variantes d'email pour votre offre principale

SÉANCE 21**Séance 6 · LinkedIn avancé : Social Selling et stratégie de contenu****1H**

- Utiliser le Social Selling Index pour identifier ses forces et faiblesses
- Publier du contenu pour attirer des leads entrants sur la durée
- Livrable : plan de contenu LinkedIn sur 4 semaines

SÉANCE 22**Séance 7 · Maîtriser l'entretien de découverte avancé****1H**

- Technique MEDDIC pour qualifier les deals complexes
- Identifier les enjeux cachés et les vrais centres de décision
- Livrable : grille MEDDIC adaptée à votre secteur

SÉANCE 23**Séance 8 · Construire une proposition commerciale convaincante****1H**

Structure en 5 blocs : contexte, enjeux, solution, ROI, prochaine étape

- Adapter la proposition au profil décideur (DG, DAF, RH)
- Livrable : template de proposition commerciale pour votre offre

SÉANCE 24**Séance 9 · Présenter son offre en visio : codes et techniques****1H**

- Structurer une démo ou présentation en 45 minutes
- Garder l'attention en visio, gérer les silences et les interruptions
- Livrable : plan de présentation pour votre offre principale

SÉANCE 25**Séance 10 · Négociation avancée : valeur vs prix****1H**

- Les 7 leviers de négociation hors remise
- Ancrer la valeur avant d'aborder le prix
- Livrable : argumentaire de valeur pour votre offre

SÉANCE 26**Séance 11 · Traitement des objections complexes****1H**

- Objections budget, timing, concurrence, décision collective
- Technique CAB combinée à FARP (Frein, Accepter, Répondre, Prouver)
- Livrable : matrice objections et réponses pour votre contexte

SÉANCE 27**Séance 12 · Conclure et sécuriser la décision****1H**

- Techniques de closing adaptées à chaque profil acheteur

Sécuriser les prochaines étapes et réduire le risque de ghosting

- Livrable : checklist de fin d'entretien commercial

SÉANCE 28

Séance 13 · Configurer les workflows CRM pour automatiser les relances

1H

- Automatiser les tâches de suivi selon le stade du pipeline
- Alerte intelligente sur les opportunités en souffrance
- Livrable : workflow de relance automatisé configuré dans votre CRM

SÉANCE 29

Séance 14 · Analyser ses données CRM pour optimiser son pipeline

1H

- Taux de conversion par étape et par canal
- Identifier les patterns des deals gagnés et perdus
- Livrable : rapport d'analyse de votre pipeline sur les 90 derniers jours

SÉANCE 30

Séance 15 · Gérer les comptes clés : fidélisation et développement

1H

- Différencier la vente initiale du développement de compte
- Plan de compte : cartographie décisionnaire, enjeux, opportunités d'expansion
- Livrable : plan de compte pour vos 3 clients prioritaires

SÉANCE 31

Séance 16 · Adapter son discours selon le secteur et le profil

1H

Segmenter son discours : PME, grand compte, secteur public

- Adapter la temporalité et les leviers de décision selon l'interlocuteur
- Livrable : guide d'adaptation du discours par profil et secteur

SÉANCE 32**Séance 17 · Coordonner les actions multicanal sur une semaine type****1H**

- Organisation de la semaine commerciale structurée
- Rituels de prospection, de suivi et de reporting
- Livrable : planning type de la semaine commerciale optimisée

SÉANCE 33**Séance 18 · Prévision et pilotage de son activité****1H**

- Construire un forecast fiable à 30-60-90 jours
- KPIs d'activité vs KPIs de résultats : ne pas confondre les deux
- Livrable : tableau de bord de pilotage sur votre CRM

SÉANCE 34**Séance 19 · Simulation complète : de la prospection à la conclusion****1H**

- Jeu de rôle sur un cycle de vente complet (cas réel du stagiaire)
- Débriefing structuré par l'expert
- Ajustements du plan d'action selon les retours de simulation

SÉANCE 35**Séance 20 · Bilan et plan de progression à 90 jours****1H**

Revue des livrables produits et des compétences développées

- Évaluation finale sur mise en situation réelle
- Plan d'action structuré pour la période post-accompagnement

NIVEAU CONFIRMÉ

SÉANCE 36

Séance 1 - Audit complet de votre processus et cadrage stratégique

1H

- Analyse de vos performances actuelles (conversion, cycle, panier moyen)
- Identification des leviers d'optimisation prioritaires selon vos objectifs
- Adaptation du programme à vos enjeux de croissance spécifiques

SÉANCE 37

Séance 2 - Cartographier et optimiser son pipeline avancé

1H

- Identifier les étapes à fort frottement et les deals en souffrance
- Restructurer le pipeline pour refléter la réalité du cycle de décision
- Livrable : pipeline réoptimisé avec critères de qualification par étape

SÉANCE 38

Séance 3 - Stratégie de prospection avancée : comptes cibles et signaux d'affaires

1H

- Définir une liste de comptes cibles qualifiée (Account-Based Selling)
- Identifier les déclencheurs d'achat : levée de fonds, recrutement, actualité
- Livrable : liste de 20 comptes cibles avec plan d'approche personnalisé

SÉANCE 39

Séance 4 · Automation CRM avancée : scoring, workflows et alertes

1H

- Configurer un scoring de leads basé sur les comportements réels
- Créer des workflows d'alerte sur les opportunités critiques
- Livrable : scoring et 3 workflows automatisés opérationnels dans votre CRM

SÉANCE 40

Séance 5 · Intégrer les outils IA dans son processus commercial

1H

- IA pour la prospection : génération de listes et personnalisation à l'échelle
- IA pour la rédaction : emails, propositions, rebonds sur objections
- Livrable : stack IA commerciale opérationnelle pour votre contexte

SÉANCE 41

Séance 6 · Vente consultative sur deals complexes

1H

- Méthode Challenger Sale : enseigner, adapter, prendre le contrôle
- Gérer plusieurs interlocuteurs dans un processus de décision collectif
- Livrable : stratégie de compte pour votre deal le plus complexe en cours

SÉANCE 42

Séance 7 · Négociation à valeur ajoutée : deals multi-critères

1H

- Construire un package de valeur au-delà du prix
- Techniques de négociation sur contrats longue durée
- Livrable : matrice de concessions préparée pour votre prochain deal

SÉANCE 43

Séance 8 · Construire un programme de fidélisation et d'upsell

1H

- Identifier les opportunités d'expansion dans votre parc de clients actifs
- Rituels de suivi pour prévenir le churn et détecter les signaux d'expansion
- Livrable : plan de fidélisation et d'upsell pour vos 10 clients prioritaires

SÉANCE 44

Séance 9 · Piloter son activité avec des KPIs avancés

1H

- KPIs d'activité, de conversion, de prévision et de satisfaction client
- Tableau de bord à 3 niveaux de lecture : quotidien, hebdomadaire, mensuel
- Livrable : tableau de bord complet configuré dans votre CRM

SÉANCE 45

Séance 10 · Construire un forecast fiable à 30-60-90 jours

1H

- Méthodes de prévision : pipeline pondéré, stage-based, historique
- Identifier les biais de forecast récurrents et les corriger
- Livrable : modèle de forecast adapté à votre activité

SÉANCE 46

Séance 11 · Coordonner les canaux dans une stratégie cohérente

1H

- Orchestrer email, téléphone, LinkedIn, événements et contenu
- Réduire le temps entre les touchpoints pour maintenir l'élan
- Livrable : playbook multicanal pour 3 types de cibles

SÉANCE 47

Séance 12 · Utiliser la preuve sociale dans le cycle de vente

1H

- Structurer des études de cas et témoignages à fort impact
- Intégrer la preuve sociale au bon moment dans le cycle de décision
- Livrable : 2 études de cas structurées pour votre secteur

SÉANCE 48

Séance 13 · Personnaliser à l'échelle avec la donnée CRM

1H

- Exploiter les données comportementales pour personnaliser chaque touchpoint
- Segmentation dynamique et ciblage par comportement d'achat
- Livrable : segmentation comportementale activée dans votre CRM

SÉANCE 49

Séance 14 · Simulation sur deal complexe multi-interlocuteurs

1H

- Jeu de rôle complet sur un cas réel en cours du stagiaire
- Débriefing structuré : stratégie, arguments, gestion des objections
- Ajustements du plan d'action sur le deal en cours

SÉANCE 50

Séance 15 · Bilan et plan de progression stratégique

1H

- Revue des optimisations mises en place pendant le parcours
- Évaluation finale sur livrable concret produit
- Plan d'action à 90 jours avec OKRs commerciaux personnalisés

NIVEAU EXPERT

SÉANCE 51

Séance 1 · Audit de l'organisation commerciale et cadrage stratégique

1H

- Analyse de la structure, des outils, des process et des résultats actuels
- Identification des 3 leviers de performance prioritaires
- Cadrage du programme sur les enjeux de direction et les objectifs à 12 mois

SÉANCE 52

Séance 2 · Concevoir une architecture de vente multicanal à l'échelle

1H

- Aligner la stratégie commerciale avec la stratégie d'entreprise
- Définir les canaux selon les segments, la taille des comptes et les cycles
- Livrable : architecture commerciale multicanal pour l'organisation

SÉANCE 53

Séance 3 · Construire le playbook commercial de l'organisation

1H

- Structure d'un playbook : ICP, messages clés, canaux, objections, closing
- Rendre le playbook évolutif et appropriable par les équipes
- Livrable : structure du playbook avec 1 section complète rédigée

SÉANCE 54

Séance 4 · Gouvernance commerciale : KPIs, rituels et reporting direction

1H

- Définir les KPIs pertinents pour chaque niveau : commercial, manager, direction

Construire le rituel de review hebdomadaire et mensuel

- Livrable : tableau de bord de gouvernance par niveau organisationnel

SÉANCE 55**Séance 5 · Forecast avancé et planification des ventes****1H**

- Méthodes de forecast à l'échelle : bottom-up, top-down, hybride
- Modélisation de la saisonnalité et des cycles d'achat de votre secteur
- Livrable : modèle de forecast annuel avec scénarios pessimiste/réaliste/optimiste

SÉANCE 56**Séance 6 · Pilotage par les données : attribution multicanal et cohortes****1H**

- Mesurer la contribution réelle de chaque canal au revenu
- Analyser les cohortes de clients pour piloter la rétention et l'expansion
- Livrable : modèle d'attribution multicanal pour votre organisation

SÉANCE 57**Séance 7 · Sélection et intégration des outils CRM et IA****1H**

- Cadre d'évaluation des solutions CRM selon la maturité et les enjeux
- Intégrer les outils IA dans le stack commercial sans alourdir les process
- Livrable : grille d'évaluation d'outils adaptée à votre contexte

SÉANCE 58**Séance 8 · Former et animer une équipe commerciale multicanal****1H**

- Construire un référentiel de compétences commerciales pour l'équipe
- Méthodes d'onboarding, de coaching individuel et de formation continue

Livrable : plan de développement des compétences pour votre équipe

SÉANCE 59

Séance 9 · Recrutement et évaluation des profils commerciaux

1H

- Définir les profils adaptés à chaque segment et canal
- Construire une grille d'évaluation en entretien commercial
- Livrable : grille d'évaluation pour vos prochains recrutements

SÉANCE 60

Séance 10 · Déployer une stratégie Account-Based Marketing

1H

- Aligner les équipes marketing et commerciales sur les comptes cibles
- Orchestrer les canaux dans une approche ABM cohérente
- Livrable : plan ABM pour 5 comptes stratégiques identifiés

SÉANCE 61

Séance 11 · Gérer la complexité : grands comptes et cycles longs

1H

- Stratégies pour les deals à cycle long (6 à 18 mois)
- Construire et maintenir une coalition de décideurs sur la durée
- Livrable : stratégie de compte sur votre deal le plus stratégique

SÉANCE 62

Séance 12 · Auditer et améliorer en continu le process commercial

1H

- Mettre en place un cycle d'audit trimestriel de la performance commerciale

Identifier les signaux d'alerte précoce sur le pipeline et les équipes

- Livrable : protocole d'audit trimestriel documenté

SÉANCE 63**Séance 13 · Transformation commerciale : conduire le changement****1H**

- Diagnostiquer les résistances et points de blocage organisationnels
- Déployer une nouvelle méthode ou un nouvel outil sans désorganiser l'équipe
- Livrable : plan de conduite du changement pour votre prochaine initiative

SÉANCE 64**Séance 14 · Simulation d'audit commercial complet****1H**

- Exercice sur l'organisation réelle du stagiaire
- Restitution structurée avec recommandations priorisées
- Débriefing par l'expert sur les conclusions et la communication interne

SÉANCE 65**Séance 15 · Bilan et feuille de route stratégique à 12 mois****1H**

- Revue des livrables produits et des décisions prises pendant le parcours
- Évaluation finale sur rapport d'audit ou plan stratégique produit
- Feuille de route commerciale à 12 mois avec jalons et responsabilités

05 Modalités

PÉDAGOGIE

Accompagnement 100 % individuel, séances d'une heure en visioconférence avec un expert sénior dédié, disponible de l'entretien de cadrage à la séance finale. Avant le démarrage, un cadrage gratuit cerne vos canaux actifs, vos cibles et vos cas d'usage réels. Outils travaillés en direct selon votre stack : CRM (HubSpot, Salesforce ou équivalent), outils de prospection LinkedIn, séquenceur email. L'expert dispose de 5 ans minimum de pratique terrain en vente multicanal. Il répond aux questions courtes entre les séances. Bilan mi-parcours et bilan final inclus. Délai de démarrage : 2 à 3 semaines (devis, signature, dossier de financement). 7 jours possible en autofinancement direct.

ÉVALUATION

En séance initiale, un quiz de positionnement et un entretien d'audit cernent le niveau réel du stagiaire et calibrent le programme sur ses lacunes prioritaires. À chaque séance, un livrable concret est produit et validé par l'expert : script, séquence multicanal, tableau de bord CRM, plan de relance. En séance finale, une mise en situation sur un cas réel apporté par le stagiaire évalue les acquis en conditions réelles. L'accompagnement se conclut par une attestation détaillée listant les objectifs validés, les livrables produits, les axes de progression identifiés et la durée effective suivie.

ACCESSIBILITÉ

Notre référent handicap, Benjamin Berrous, étudie chaque demande individuellement pour identifier les adaptations nécessaires.

Contact : benjamin.berrous@mda-performance.fr, réponse sous 5 jours ouvrés.

Adaptations possibles : durée des séances ajustée (45 ou 90 minutes), sous-titrage en direct via Meet ou Zoom, supports remis en format texte ou audio, accompagnement renforcé entre les séances, prise en compte de l'environnement de travail du stagiaire (matériel disponible, accessibilité numérique).

La nature individuelle de l'accompagnement facilite les adaptations sans impact sur d'autres participants. Démarrage adapté organisé sous 4 semaines à compter de l'accord de faisabilité.

Prêt à démarrer ?

Premier échange de cadrage gratuit avec votre futur expert. Programme adapté à votre contexte, sans engagement.

VOUS POUVEZ ME RETROUVER ICI

groupe-mda.fr/formations/formation-technique-de-vente-multicanal