

DÉVELOPPEMENT ET FIDÉLISATION DE LA CLIENTÈLE

Formation immersive : Conquérir de nouveaux territoires commerciaux

Cette formation immersive d'une journée transforme le développement commercial en aventure ludique inspirée d'Indiana Jones. Les participants vivent chaque étape du cycle (prospection, découverte, argumentation, objections, closing, fidélisation, recommandation) sous forme de missions scénarisées et de jeux de rôle. L'expérience favorise la confiance, l'écoute et la persuasion, et se conclut par un plan d'action concret pour devenir « Maître Explorateur Commercial ».

PUBLIC CONCERNÉ :

Salariés, managers, indépendants

PRÉREQUIS : Aucun

DURÉE : 7h (1 journée)

MODALITÉS : Présentiel ou distanciel interactif

PRIX :

- inter entreprise : 850 euros par personne
- intra entreprise : devis sur demande

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

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

- Identifier et prospector efficacement de nouveaux clients.
- Explorer et co-construire les solutions avec leurs interlocuteurs.
- Construire un argumentaire commercial adapté aux différents profils.
- Gérer les objections et transformer les freins en opportunités.
- Intégrer la satisfaction client comme pilier de la fidélisation.
- Développer un plan de relationnel durable (fidélisation active).
- Transformer un client satisfait en prescripteur (recommandation).
- Boucler la logique de cycle commercial (prospection ↔ fidélisation).

PROGRAMME ET DÉROULÉ DÉTAILLÉ :

Matin (3h30)

Étape 1 – Préparer l'expédition (Prospection) – 1h

Scénario : Avant de vous lancer à l'aventure, il vous faut vous préparer et convaincre le gardien de vous confier la carte des prospects.

Mission : Convaincre le gardien du territoire en 3 minutes de vous confier la carte des prospects et identifier les territoires à explorer (cartographie des prospects).

- **Objectifs pédagogiques :** Apprendre à cibler, accrocher et pitcher un prospect froid efficacement.
- **Apports :**
 - Savoirs : segmentation, profils de prospects, étapes de prospection.
 - Savoir-faire : accroche, pitch 30 secondes, adaptation selon profil.
 - Savoir-être : confiance, concision, persévérance.

Étape 2 – Explorer et recueillir les indices (Découverte des besoins) – 1h30

Scénario : Parce qu'il serait dangereux de partir à l'aventure sans vous être préparés à tous les dangers qui vous attendent, il est temps d'interroger les

autochtones afin de collecter toutes les informations qui pourraient vous être utiles au cours de votre aventure.

Missions : interroger des villageois (clients fictifs), poser des questions ouvertes et reformuler pour décrypter les besoins et valider les informations.

- **Objectifs pédagogiques :** Savoir questionner, écouter activement pour collecter les informations utiles et co-construire une offre.
- **Apports :**
 - Savoirs : méthode du questionnement en entonnoir, écoute active, reformulation.
 - Savoir-faire : poser les bonnes questions, capter les besoins latents, structurer une offre adaptée
 - Savoir-être : patience, curiosité, respect

Étape 3 – Premier campement (Débrief collectif) – 1h

***Scénario :** Vous avez réuni toutes les informations nécessaires pour partir à l'aventure. Avant le grand départ, établissez votre campement et profitez de ce temps de repos pour vous concerter*

Missions : Installer le campement et faire le point sur ce qui a été découvert jusque là.

- **Objectifs pédagogiques :** Valider les premiers apprentissages.
- **Apports :**
 - Savoirs : bases de la relation client.
 - Savoir-faire : analyser ses pratiques, identifier les leviers de satisfaction
 - Savoir-être : esprit collaboratif, humilité, partage.

Après-midi (3h30)

Étape 4 – Obtenir l'arme des alliés (Argumentation) – 1h30

***Scénario :** Les dangers qui vous attendent sont nombreux. Seuls, vous êtes voués à échouer. Même si vous avez sympathisé avec les autochtones, ils sont en*

possession d'un item qui vous sera précieux dans votre quête. Vous devez les convaincre de vous le confier.

Mission : Convaincre un peuple allié de céder une relique précieuse en échange de votre discours.

- **Objectifs pédagogiques :** Construire un argumentaire convaincant et l'adapter à son interlocuteur.
- **Apports :**
 - Savoirs : méthode CAB (Caractéristiques, Avantages, Bénéfices), storytelling commercial.
 - Savoir-faire : structurer un argumentaire, adapter au profil client.
 - Savoir-être : conviction, énergie, adaptation.

Étape 5 – Surmonter les obstacles du temple piégé (Objections) – 1h

***Scénario :** Vous pénétrez enfin dans le temple de la persuasion. Devant vous se dressent d'innombrables obstacles. Vous devez surmonter chacun d'eux en trouvant la faille.*

Mission : Traverser un temple rempli de pièges, chacun d'eux étant une objection à laquelle on est confronté.

- **Objectifs pédagogiques :** Gérer les objections et les transformer en opportunités.
- **Apports :**
 - Savoirs : techniques de traitement des objections (écoute, reformulation, preuve, validation).
 - Savoir-faire : répondre vite et efficacement, transformer l'objection en opportunité.
 - Savoir-être : calme, assertivité, confiance.

Étape 6 – Le trésor maudit (Closing & Fidélisation) – 45 minutes

***Scénario :** Les dangers qui vous attendent sont nombreux. Seuls, vous êtes voués à échouer. Même si vous avez sympathisé avec les autochtones, ils sont en possession d'un item qui vous sera précieux dans votre quête. Vous devez les convaincre de vous le confier.*

Mission : Récupérer un trésor sacré sans déclencher les pièges → sécuriser la relation.

- **Objectifs pédagogiques :** Clore une vente et instaurer la fidélisation par la satisfaction.
- **Apports :**
 - Savoirs : techniques de closing, suivi post-vente, plan de relationnel client
 - Savoir-faire : repérer les signaux d'achat, conclure efficacement, mesurer satisfaction.
 - Savoir-être : engagement, fiabilité, rigueur.

Étape 7 – L’extension vers de nouvelles aventures (Recommandation & réseau) – 45 min

Scénario : *Félicitations, vous avez récupéré le trésor maudit et déjoué tous les pièges. Le temple a de nombreux mystères qui n’attendent que d’être déchiffrés. Votre rôle à présent est de transformer ce temple en nouvelle base et de créer des routes pour de nouvelles aventures.*

Mission : transformer un territoire acquis en relais vers de nouveaux horizons.

- **Objectifs pédagogiques :** Transformer la satisfaction en prescription et réseau.
- **Apports :**
 - Savoirs : stratégies de recommandation, parrainage, NPS.
 - Savoir-faire : savoir demander une recommandation, formaliser un effet boule de neige.
 - Savoir-être : confiance, authenticité, gratitude.

Étape 8 – Grand conseil des explorateurs (Bilan et clôture) – 30 min

Scénario : *Il est temps de rentrer à la base. Il faut à présent engager de nouvelles actions pour terminer complètement la mission et obtenir le titre de Maître Explorateur Commercial.*

Mission : Présenter vos trésors au grand conseil des explorateurs.

- **Objectifs pédagogiques :** Avoir une vision continue du parcours client.

- **Apports :**

- Savoirs : cycle complet client.
- Savoir-faire : planifier ses actions, prioriser.
- Savoir-être : engagement, esprit d'équipe, projection.

MÉTHODES ET MODALITÉS PÉDAGOGIQUES :

Cette formation immersive repose sur une pédagogie active et ludifiée : les participants deviennent de véritables explorateurs commerciaux, plongés dans un univers d'aventure façon Indiana Jones. Chaque étape du cycle de vente est vécue sous forme de missions scénarisées et de jeux de rôle (convaincre un prospect froid, décrypter les besoins, surmonter les objections, conclure et fidéliser), favorisant l'engagement, l'expérimentation et la mémorisation. L'apprentissage alterne défis collectifs, mises en situation réalistes, apports théoriques ciblés et débriefings structurés pour relier l'expérience vécue aux techniques commerciales (pitch, questionnement, méthode CAB, closing, fidélisation, recommandation). Les équipes collectent des artefacts symboliques, renforçant la progression et l'ancrage. L'évaluation se fait par l'observation, le feedback entre pairs et la construction d'un plan d'action individuel lors du "Grand conseil des explorateurs". Présentiel ou distanciel, la formation transforme le développement commercial en aventure marquante et immédiatement transférable dans la pratique professionnelle.

MODALITÉS D'ÉVALUATION :

- **En continu :**

- Évaluation formative en continu grâce aux mises en situation et aux jeux de rôle : observation des comportements, de la posture commerciale et de la capacité à appliquer les techniques vues (prospection, argumentation, traitement des objections, closing, fidélisation, recommandation).
- Feedback croisé entre pairs via des grilles d'observation : chaque participant évalue un binôme ou une équipe sur des critères précis

(clarté du pitch, écoute active, pertinence de l'argumentaire, gestion des objections...).

- Débriefs collectifs après chaque mission pour mettre en lumière les réussites, les axes d'amélioration et relier les apprentissages aux situations professionnelles réelles.
- **En fin de journée :**
 - Quiz final / challenge de clôture pour vérifier les acquis théoriques et techniques en lien avec le cycle de vente.
 - Plan d'action individuel présenté lors du "Grand conseil des explorateurs" : chaque participant définit un prospect à cibler, une action de fidélisation et une piste de recommandation, garantissant un transfert immédiat des acquis dans son activité professionnelle.
- **Post-formation :** questionnaire d'évaluation à froid envoyé à 60 jours.

LIVRABLES :

- Carnet de l'explorateur commercial : un support pratique regroupant fiches outils (prospection, questionnement, méthode CAB, traitement des objections, closing, fidélisation, recommandation) et espaces de notes pour suivre sa progression pendant la formation.
- Carte des territoires commerciaux : outil visuel permettant de cartographier ses prospects, clients fidèles et ambassadeurs, et de planifier ses actions de développement et de fidélisation.
- Plan d'action individuel : document personnalisé construit tout au long de la formation et finalisé lors du "Grand conseil des explorateurs" (prospect à cibler, action de fidélisation, piste de recommandation), garantissant le transfert opérationnel des acquis.
- Guide récapitulatif (version numérique) : synthèse des concepts clés et des méthodes abordées pendant la formation, pour un usage rapide en situation de travail.
- Attestation de formation.

ACCESSIBILITÉ :

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Des adaptations peuvent être mises en place pour répondre à vos besoins spécifiques. Pour toute demande, veuillez contacter notre référente handicap :
Floriane DEBORD – 06 29 38 73 85.