

# Les clés pour comprendre le cycle commercial BtoB

## Durée

Module 1 : 5 min  
Module 2 : 10 min  
Module 3 : 10 min  
Module 4 : 10 min  
Module 5 : 5 min

## Cible

Commerciaux BtoB

## Prérequis

Aucun

## Supports

Ordinateur  
Mobile  
Tablette

## OBJECTIFS

Ce parcours s'adresse aux commerciaux qui souhaitent prendre du recul sur leurs pratiques et acquérir une vue d'ensemble du cycle commercial BtoB.

À l'issue du parcours, ils seront capables de :

- ✓ Identifier les finalités de chaque étape et les réflexes clés à adopter.
- ✓ Analyser les réactions, freins et critères de décision du client afin d'adapter sa posture commerciale tout au long du cycle de vente.

## DÉMARCHE PÉDAGOGIQUE

- ✓ Des contenus conçus avec des experts de l'accompagnement des équipes commerciales.
- ✓ Une alternance de formats, vidéos, pages écran interactives ou non, exercices, pour favoriser la compréhension, l'ancrage et maintenir l'engagement tout au long des modules.
- ✓ Des auto-positionnements fréquents pour prendre du recul sur ses pratiques, identifier ses points forts et repérer ses axes de progression.
- ✓ Une fiche de synthèse à télécharger par module.

## DÉMARCHE D'ACCESSIBILITÉ NUMÉRIQUE

Parcours conçu pour faciliter l'accès au plus grand nombre : navigation au clavier possible, compatibilité avec les lecteurs d'écran, contrastes adaptés, sous-titres et scripts disponibles pour les contenus audio.

## MODALITÉS DE DÉPLOIEMENT

- ✓ **FULL** : accès à l'intégralité du catalogue (+50 modules), dont celui-ci
- ✓ **START** : location du module à l'unité via notre plateforme LMS mutualisée UPility
- ✓ **FLEX** : achat du module, livraison du fichier SCORM, personnalisation possible

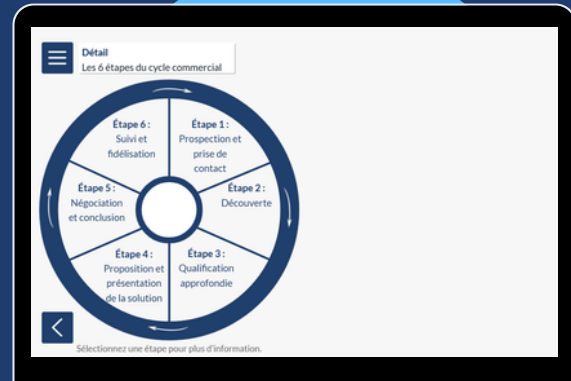
# SOMMAIRE DU MODULE

## Module 1 – Introduction au cycle commercial

Ce module introductif pose les **fondations du cycle commercial BtoB**. Il présente le cycle comme l'ensemble des étapes qui transforment un contact en client fidèle, puis en véritable partenaire dans la durée.

Le module s'articule autour de **six étapes clés** :

- La prospection
- La prise de contact et la découverte
- La qualification approfondie
- La proposition et la présentation de la solution
- La négociation et la conclusion
- Le suivi et la fidélisation



Un **auto-positionnement** permet à chaque apprenant d'identifier les étapes sur lesquelles il doit progresser en priorité.

## Module 2 – L'approche multicanale dans le cycle commercial

Ce module explore l'approche multicanale : **utiliser plusieurs canaux de communication de façon coordonnée tout au long du cycle de vente** – téléphone, visioconférence, e-mail, LinkedIn, présentiel – afin de multiplier les points de contact en s'adaptant aux préférences du client.

Le module justifie cette approche par la complexité inhérente aux cycles B2B. Il détaille ensuite quels canaux privilégier à chaque étape.

Un **exemple concret** est proposé pour illustrer de façon pratique comment orchestrer les canaux et tracer le processus dans son CRM.

## Module 3 – Les réflexes clés et les outils du commercial

Ce module enseigne que réussir en vente BtoB ne repose pas uniquement sur la qualité de la présentation de l'offre, mais avant tout sur la **maîtrise de réflexes structurés et l'utilisation des bons outils à chaque étape**.

Via une série de questions de mise en situation, le module invite l'apprenant à **confronter ses pratiques actuelles aux meilleures approches** sur chacune des étapes.

Le module présente ensuite les **outils mobilisables** tout au long du cycle commercial.

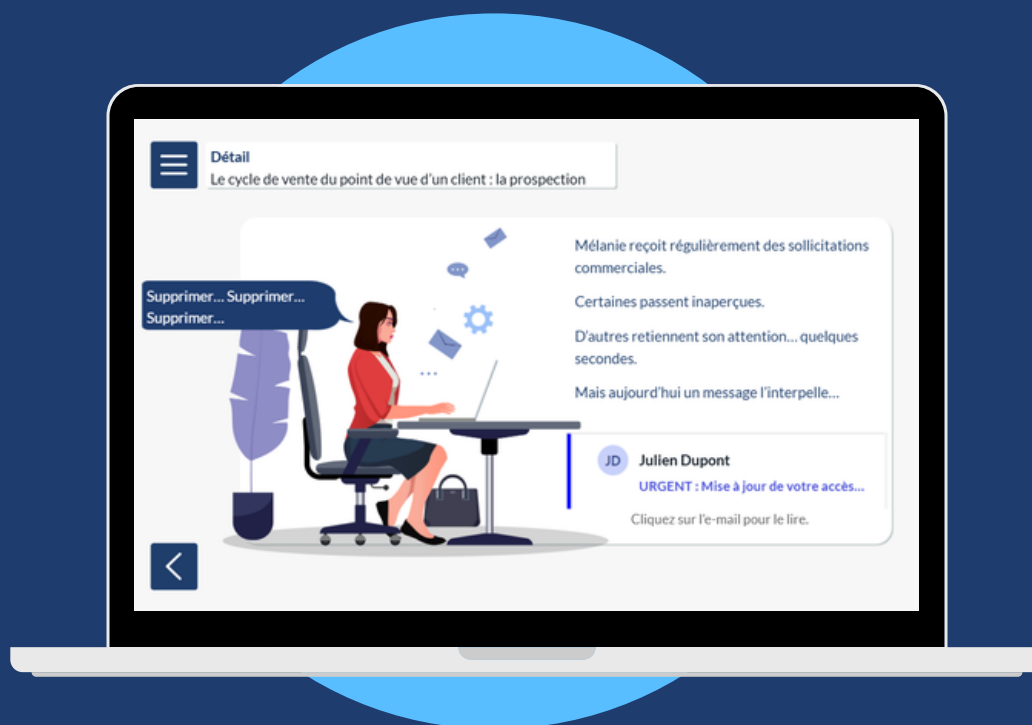
# SOMMAIRE DU MODULE

## Module 4 – Le client au cœur du cycle de vente

Ce module démontre que les décisions d'achat en BtoB ne sont pas purement rationnelles : derrière chaque décision se trouve une personne, avec ses doutes, ses contraintes, ses enjeux et ses émotions. À chaque étape du cycle, le client est influencé par des mécanismes psychologiques qui lui sont propres.

Le module suit le parcours de Mélanie, Responsable des achats dans une PME en croissance, pour illustrer concrètement ce que vivent les clients à chaque étape – de la prospection au suivi post-vente.

La notion d'objection et ce que cela signifie vraiment est également abordée.



## Module 5 – Conclusion et Quiz

Ce dernier module vient conclure le parcours en permettant aux commerciaux de vérifier leur compréhension des notions abordées.

Il propose un quiz de 10 questions construit autour d'un fil rouge, afin d'évaluer leur capacité à identifier les finalités des étapes du cycle commercial, à reconnaître les bons réflexes à adopter et à adapter leur posture aux réactions, freins et critères de décision du client.

# SOMMAIRE DU MODULE

Focus : la collaboration avec l'expert



## **Bernard le Blanc de Cernex**

Fondateur & Co-CEO • SalesScan  
Executive Advisor – Operating Partner  
- Sales Coach • CroisSens

Fort d'une carrière riche et variée, Bernard a eu l'opportunité de développer une expertise solide en stratégie commerciale et en développement des affaires. En tant que co-fondateur et co-CEO, il a piloté des projets innovants qui ont transformé des idées en succès concrets. Son rôle de directeur des ventes pour l'Europe lui a permis de comprendre les dynamiques complexes du marché international et de tisser des relations durables avec des partenaires clés.

En tant que conseiller exécutif et coach en ventes, il a accompagné des équipes vers l'excellence, en partageant des stratégies éprouvées pour atteindre et dépasser leurs objectifs.

Date dernière version : 18/06/2026

## ENVIE D'EN SAVOIR PLUS ?



Rendez-vous sur [www.callimedia.fr](http://www.callimedia.fr)



contact@callimedia.fr



+33 (0)4 67 02 10 00

**Callimedia**  
by Bealink