

EQUIPE PROJET : SAVOIR PRESENTER EN CLIENTELE EN COLLECTIF

Réf. PPTFRA 12

Fiche programme

PRESCRIPTIONS

Objectifs opérationnels

- Savoir concevoir et délivrer une présentation commerciale en équipe, structurée, fluide et orientée décision client.

Public concerné

- Commerciaux ; Ingénieurs / experts techniques ; Chefs de projets ; Toute équipe intervenant en présentation client

Prérequis

- Connaître son rôle et sa valeur ajoutée au sein de l'équipe projet.

Durée

- Un jour (7 heures).

Formats

- Formation disponible aux entreprises et individuels, en intra-entreprise, coachings, hybride et présentiel ;

Méthodes pédagogiques

- Apports structurés et démonstrations
- Mises en situation en équipe
- Simulations de présentations commerciales collectives
- Prises de parole filmées et débriefées
- Travail sur cas réels des participants

Positionnement et évaluation des acquis

- Pendant : exercices et mises en situation
- Fin : simulation complète de présentation en équipe

Les + pédagogiques de la formation

- Approche systémique des présentations commerciales
- Travail sur coordination réelle des équipes
- Feedbacks individualisés et collectifs
- Plan d'action opérationnel
- 6 participants maximum (présentiel et distanciel).

Aide-mémoires

- Support de formation + synthèses opérationnelles
- Guides de référence de Patrick JAY



BESOINS DE L'ENTREPRISE

La réussite d'une présentation commerciale en équipe engage directement la crédibilité collective et le chiffre d'affaires de l'entreprise.

Dans les contextes complexes (avant-vente, soutenance, appels d'offres, démonstrations techniques), plusieurs profils interviennent : commerciaux, experts techniques, chefs de projets.

Sans coordination, ces interventions produisent souvent :

- o Des discours disjoints,
- o Des redondances ou contradictions,
- o Une perte de lisibilité pour le client,
- o Une dilution de la valeur globale de l'offre.

Le client, lui, évalue la cohérence d'ensemble, la fluidité des relais, et la capacité de l'équipe à travailler ensemble. Toute désynchronisation affaiblit la décision d'achat.

APPORTS DE LA FORMATION

Les participants apprennent à :

- Construire et délivrer une présentation commerciale collective fluide et cohérente,
- Articuler efficacement les rôles entre commerciaux, techniciens et chefs de projets,
- Structurer une argumentation coordonnée, orientée décision client,
- Maintenir une interaction continue avec le client, malgré la multiplicité des intervenants,
- Renforcer l'impact global de l'équipe dans les phases clés de vente.

Actualisation : mai 2026

MODALITES D'ACCES

Formats

Formation disponible aux entreprises et individuels, en intra-entreprise, coachings, présentiel, distanciel et hybride.

Dates, lieux, tarifs

Dates, lieux et tarifs sur devis personnalisé, nous consulter.
6 participants max. par session permettant un travail poussé et des feedbacks individualisés).

Inscriptions

Inscriptions entreprises et individuels par email à patrickjay@face-public.fr
Confirmation sous 24 heures par retour.
Sessions garanties à la 1ère inscription.

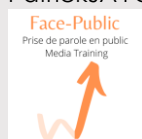
Accessibilité personnes en situation de handicap

Nos locaux de Paris Centre sont handi-accessibles. Nos équipes sont sensibilisées aux besoins des personnes malentendantes et malvoyantes. Nous signaler tout besoin d'adaptation.

CONTACT

FACE-PUBLIC

PatrickJAYCommunications



5 rue de la Terrasse
F-75017 Paris
+33 (0)6 07 19 18 42

patrickjay@face-public.fr

www.face-public.fr

1. Structurer une présentation commerciale collective

- Comprendre les enjeux spécifiques des présentations en équipe
- Définir une colonne vertébrale commune
- Construire une narration globale cohérente
- Éviter les ruptures de logique entre intervenants

2. Définir les rôles et articuler les interventions

- Répartition des rôles : commercial / expert / chef de projet
- Clarification des périmètres de parole
- Gestion des transitions entre intervenants
- Synchronisation verbale et non verbale

3. Se connecter au client dès l'ouverture

- Coordination des premières minutes
- Prise de contact collective crédible
- Alignement sur les enjeux client
- Positionnement de l'équipe comme partenaire fiable

4. Mener une phase de découverte partagée

- Coordonner les questions entre intervenants
- Éviter les redondances
- Explorer les besoins techniques et business
- Identifier les freins et critères de décision

5. Construire une argumentation coordonnée

- Articuler discours commercial et technique
- Valoriser les USP de manière collective
- Structurer les arguments par intervenant
- Gérer les objections en équipe

6. Utiliser les supports visuels à plusieurs

- Partage et cohérence des slides
- Éviter la surinformation
- Supports visuels au service du discours collectif
- Gestion des transitions visuelles selon les intervenants

7. Maintenir la connexion client en équipe

- Lecture des signaux faibles
- Coordination des interactions
- Répartition des réponses aux questions
- Gestion des prises de parole spontanées

8. Conclure et verrouiller la décision

- Synthèse collective structurée
- Reformulation des besoins et enjeux
- Mise en valeur coordonnée de l'offre
- Répartition des rôles dans la conclusion

9. Cas particuliers

- Gestion des imprévus en collectif
- Présentations en binôme ou équipe élargie
- Présentations à des investisseurs
- Présentations en appels d'offres