

# Relancer efficacement ses devis pour augmenter ses ventes

Plus de nouvelle de votre client après lui avoir envoyé un devis ?  
N'attendez pas trop pour le relancer, sans relance, la majorité des ventes n'aboutit pas !

Cette formation vous apportera les bonnes pratiques à respecter pour une relance efficace, pour enrichir la relation client et augmenter vos ventes.

**Publics Cibles** : Commerciaux Itinérants,  
Commerciaux Sédentaires, Vendeurs Comptoir  
et Conseillers en salle d'exposition.

**Prérequis nécessaire** : aucun prérequis n'est  
nécessaire pour suivre cette formation.

## Durée de la formation

- 2 journées de formation.
- 14 heures.

## Tarifs

### Stages inter-entreprises

550 € HT par journée et par personne.  
1 100 € HT pour l'ensemble du stage.  
Repas de midi offert.

### Stages intra-entreprises

Nous consulter.

*Entreprises de moins de 50 salariés :  
Possibilité de prise en charge de tout ou  
partie de la formation par votre OPCO.*

## Objectifs généraux et pédagogiques

Connaître sa marge de manœuvre afin de négocier selon la politique commerciale de l'entreprise, tout en restant dans une relation gagnant-gagnant avec le client.

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

- Maîtriser les fondamentaux et les techniques avancées de la relance de devis.
- Gérer efficacement les objections et maximiser les taux de conversion.
- Développer une stratégie durable et personnalisée pour chaque participant.

**Paris** : 05 et 06 novembre 2025

**&**

**Lyon** : 08 et 09 octobre 2025

# Contenu du programme



1

## SÉQUENCE 1 : MAÎTRISER LES FONDAMENTAUX ET LES TECHNIQUES AVANCÉES DE LA RELANCE DE DEVIS.

### Comprendre et préparer les relances (Matin)

#### A – Les enjeux de la relance des devis

- Pourquoi les devis non relancés représentent une perte d'opportunité.
- Les impacts d'une relance structurée sur les performances commerciales.
- Identifier ses propres freins à la relance et les surmonter.

**Activité** : Partage d'expériences et brainstorming sur les obstacles rencontrés.

#### B – Analyse et segmentation des devis

- Classer et prioriser les devis selon leur potentiel de conversion.
- Comprendre les besoins spécifiques du client via les informations disponibles.
- Les outils pour analyser et segmenter (CRM, tableaux Excel, scoring).

**Activité** : Atelier : Analyse de devis fictifs et priorisation des relances.

### Structurer et personnaliser la relance (Après-midi)

#### C – Préparer une stratégie de relance

- Définir des objectifs clairs pour chaque relance (information, suivi, conclusion).
- Préparer des arguments de vente personnalisés.
- Identifier les objections potentielles et construire des réponses anticipées.

**Activité** : Atelier pratique : Élaboration d'un plan de relance sur un cas réel ou fictif

#### D – Introduction aux techniques de communication pour la relance (1h30)

- Les bases de la communication commerciale : écoute active et empathie.
- Les différents canaux de relance (téléphone, email, SMS) et leur utilisation optimale.

**Activité** : Exercice de rédaction : création d'un email de relance percutant.

2

## SÉQUENCE 2 : GÉRER EFFICACEMENT LES OBJECTIONS ET MAXIMISER LES TAUX DE CONVERSION.

### Techniques avancées de relance et gestion des objections (Matin)

#### A – Maîtriser les techniques de relance avancées

- S'adapter aux différents profils clients (relationnel, analytique, directif).
- Techniques pour capturer l'attention rapidement.
- Créer un sentiment d'urgence ou de rareté pour accélérer la décision.

**Activité** : Jeux de rôle : simulations de relances téléphoniques avec feedback collectif.

#### B – Gérer les objections avec confiance

- Identifier les objections fréquentes et comprendre leur origine.
- Techniques pour désamorcer les blocages et recentrer la discussion sur la valeur.

**Activité** : Atelier interactif : répondre à une série d'objections courantes en groupe.

### Conclure et pérenniser les bonnes pratiques (Après-midi)

#### C – Transformer les relances en opportunités de ventes

- Rebondir efficacement après un refus ou une hésitation.
- Techniques pour obtenir un engagement concret (signature, deuxième rendez-vous).
- Utiliser les relances pour entretenir une relation commerciale durable.

**Activité** : Mises en situation : travailler des scénarios complexes de relance.

#### D – Suivi et optimisation continue

- Mettre en place un système de suivi structuré et efficace.
- Mesurer les résultats des relances pour identifier les axes d'amélioration.
- Construire une routine personnelle pour intégrer les relances au quotidien.

**Activité** : Élaboration d'un plan d'action individuel.

#### Conclusion de la formation : Synthèse et engagement

- Récapitulatif des points-clés abordés sur les deux jours.
- Partage des plans d'action des participants.
- Engagement des participants sur des objectifs concrets à appliquer dès leur retour.

# Contenu du programme

## Méthodes pédagogiques et supports de formation

- Mises en situation concrètes : jeux de rôle basés sur des interactions clients typiques.
- Ateliers collaboratifs : création d'argumentaires et exercices de relance.
- Études de cas : exemples issus de cas concrets rencontrés par les stagiaires
- Partages d'expériences : échanges entre participants pour enrichir les pratiques.
- Ressources pédagogiques papiers ou numériques
- Guide pratique : "Les bonnes pratiques pour relancer ses devis".

## Modalités d'évaluations de la formation

**En amont de la formation**, un questionnaire de positionnement est transmis aux apprenants afin vérifier leur adhésion au projet de formation, faire émerger leurs attentes et leurs besoins en termes de contenu de formation, repérer les blocages ou les freins éventuels, qu'ils soient d'ordre pratique, cognitif ou motivationnel et évaluer leur niveau en vue de l'adaptation de la formation par le formateur.

**Au démarrage de chaque formation**, nos formateurs réalisent un tour de table avec les stagiaires permettant ainsi de faire le point sur la thématique de l'action de formation et leurs attentes.

### Evaluation des objectifs de formation

**L'atteinte des objectifs de formation est mesurée par le formateur à la fin de chaque séquence. Les participants réalisent**

- Des exercices pratiques permettant de mesurer l'acquisition des compétences.
- Des Jeux de rôle et simulations : Mise en situation d'entretiens de vente qui sont observés et analysés par les formateurs et les participants eux-mêmes pour obtenir un feedback immédiat.

**Evaluation finale** : Un quizz final permet de valider l'ensemble des connaissances théoriques acquises au cours de la formation.

### Évaluation de la satisfaction du stagiaire :

**Une évaluation est réalisée à la fin de nos formations pour mesurer la satisfaction concernant :**

- **Le contenu** : Respect du programme et des objectifs, intérêt des contenus.
- **L'animation** : Expertise de l'animateur, réponses aux questions, interactions avec le groupe.
- **La pédagogie** : Équilibre entre théorie et pratique.
- **La logistique** : État des salles, qualité de l'accueil et des déjeuners.

### Évaluation de la satisfaction du donneur d'ordre :

**Une évaluation est adressée à la fin de nos formations pour mesurer la satisfaction concernant :**

- **La préparation** : Qualité du travail en amont pour identifier, prendre en charge le besoin et apporter la solution appropriée.
- **Le contenu** : Respect du programme et des objectifs, retour d'expériences des collaborateurs après la formation.
- **La logistique** : Qualité du suivi administratif du dossier formation et de l'organisation logistique.

### Évaluation de la satisfaction par vos financeurs :

Si l'action de formation nécessite le financement par un tiers autre que l'entreprise, une évaluation permettant d'apprécier le déroulement de notre collaboration de manière globale lui sera adressée en fin de formation une fois par an.