Delmazure Project Planner
Loïc Delmazure · Formateur et consultant IA · Hauts-de-France

PROGRAMME DE FORMATION · INTRA-ENTREPRISE

FORMATION IA · VENTE COMPLEXE ET GRANDS COMPTES

Du compte visé à la proposition qui l'emporte

L'intelligence artificielle dans la vente complexe, de la lecture du compte à la soutenance. Deux formats au choix, une ou deux journées. Formation-action en présentiel, conçue pour des participants débutants ou utilisateurs occasionnels de l'IA.

7 h ou 14 h · une ou deux journées | **4 à 8** participants | **Intra** · présentiel, dans vos locaux

Deux jours recommandés

CONTEXTE ET ENJEU

Une vente complexe se joue sur plusieurs mois, devant plusieurs décideurs, et souvent sur un seul document : la proposition. Deux risques reviennent sans cesse. En amont, un rendez-vous mal préparé, parce que personne n'a pris le temps de lire le compte ni de savoir qui décide vraiment. En aval, une proposition rédigée dans l'urgence, qui parle du catalogue plutôt que du client, et qui perd face à une offre mieux construite.

L'intelligence artificielle générative ne vend pas, ne négocie pas et ne fixe aucun prix. Elle fait autre chose, et c'est l'objet de cette formation : **lire un compte vite, sources à l'appui**, cartographier une décision d'achat, préparer un rendez-vous et s'y entraîner, transformer des notes en compte rendu et en suite, structurer une proposition sur les enjeux du client, puis la relire avec les yeux de l'acheteur. La relation, le jugement et la décision restent à l'ingénieur d'affaires.

La formation s'inscrit dans la transition numérique du processus commercial de l'entreprise.

Le cadre dans lequel la formation fait travailler les participants

PROSPECTION · ENTRE PROFESSIONNELS

Possible sans consentement, sous conditions

Le message doit concerner l'activité professionnelle du destinataire, et chacun doit pouvoir s'opposer aux envois suivants (règles rappelées par la CNIL).

INFORMATIONS COMMERCIALES

Vos chiffres ne sortent pas

Prix, marges, remises, conditions négociées et documents sous accord de confidentialité restent hors des outils que l'entreprise n'a pas validés. On anonymise avant de coller.

RÈGLEMENT EUROPÉEN SUR L'IA

La maîtrise de l'IA est une obligation

Depuis le 2 février 2025, l'article 4 demande aux entreprises qui utilisent l'IA de veiller à ce que leurs équipes en aient une maîtrise suffisante.

LES BESOINS TYPES, ET OÙ LA FORMATION Y RÉPOND

Préparer ses comptes

Lire un compte vite, sources à l'appui, et savoir qui décide.

1 jour — **séquence 2**
2 jours — **jour 1, séq. 3**

Réussir ses rendez-vous

Préparer la découverte, s'entraîner, assurer le compte rendu et la suite.

1 jour — **séquences 3 et 4**
2 jours — **séq. 4 et 5**

Gagner sur la proposition

Une proposition qui parle du client, pas du catalogue.

1 jour — non traité
2 jours — **jour 2, séq. 6 et 7**

Défendre et capitaliser

Soutenance, objections, et une bibliothèque qui reste.

1 jour — non traité
2 jours — **jour 2, séq. 8**

PUBLIC, PRÉREQUIS ET EFFECTIF

PUBLIC VISÉ	Ingénieurs d'affaires, ingénieurs commerciaux, responsables grands comptes, chargés d'affaires, directeurs commerciaux, et dirigeants qui portent eux-mêmes les ventes importantes. Toute personne qui prépare, mène ou rédige une vente à plusieurs interlocuteurs.
NIVEAU	Formation conçue pour des participants débutants ou utilisateurs occasionnels de l'intelligence artificielle. Aucune connaissance préalable n'est supposée. Les réserves des participants sont traitées explicitement en ouverture.
PRÉREQUIS	Savoir utiliser une messagerie et un navigateur internet, copier et coller du texte. Rien d'autre.
EFFECTIF	De 4 à 8 participants. Chacun passe au moins une fois en rendez-vous simulé.
MODALITÉ	Présentiel, en intra, dans les locaux de l'entreprise.
HORAIRES	9 h 00 à 12 h 30 et 13 h 30 à 17 h 00, soit 7 heures par journée.

LES JOURNÉES EN UN COUP D'ŒIL



CHOISIR LE FORMAT

Proposition et soutenance : c'est au jour 2

CE QUE LE FORMAT PERMET	1 JOUR 7 HEURES	2 JOURS 14 HEURES
Comprendre ce que l'IA sait faire, et appliquer les règles de confidentialité	oui	oui
Construire une fiche compte sourcée et cartographier la décision d'achat	oui	oui
Préparer un rendez-vous de découverte : objectifs, questions, objections	oui	oui
S'entraîner en rendez-vous simulé, puis rédiger le compte rendu et le mail de suite	oui	oui
Construire un plan de compte complet	non	oui
Structurer et rédiger une proposition commerciale personnalisée	non	oui
Relire sa proposition avec les yeux de l'acheteur	non	oui
Préparer une soutenance et répondre aux objections	non	oui
Constituer la bibliothèque commerciale et fixer les règles internes d'usage de l'IA	non	oui

La recommandation de l'intervenant

Le format de deux journées est recommandé, pour deux raisons. D'une part, un groupe qui découvre l'intelligence artificielle consacre sa première journée à acquérir la confiance et les gestes de base : une journée unique produit de l'intérêt, rarement une pratique installée. D'autre part, une vente complexe se gagne sur la proposition et sur la soutenance, qui relèvent toutes deux de la seconde journée.

Les deux journées gagnent à être espacées d'une semaine, avec un vrai cas à traiter dans l'intervalle :

Vendredi · jour 1 puis *Lundi, on essaie sur un vrai compte* puis **Vendredi · jour 2**

FORMAT 1 · UNE JOURNÉE

Préparer ses comptes et ses rendez-vous décisifs

7 heures · présentiel · 4 à 8 participants

Objectifs pédagogiques

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

1. Distinguer ce qu'un assistant d'intelligence artificielle sait faire et ce qu'il ne sait pas faire dans un cycle de vente complexe.
2. Appliquer les règles de confidentialité propres aux informations commerciales et aux données des contacts, avant tout usage d'un outil d'intelligence artificielle.
3. Construire une fiche compte sourcée à partir d'informations publiques, et y repérer les signaux d'affaires.
4. Cartographier les acteurs d'une décision d'achat et formuler les enjeux de chacun.
5. Préparer un rendez-vous de découverte : objectifs, questions, objections probables.
6. Transformer des notes de rendez-vous en compte rendu, prochaine étape datée et mail de suite.

Déroulé

1
9 h 00
10 h 15

SÉQUENCE 1 · 1 H 15

Ce que fait vraiment un assistant, et ce qu'il ne fera jamais

Accueil, recueil des attentes et des réserves. Combien de temps passe aujourd'hui à préparer un rendez-vous, à rédiger une proposition, à tenir le CRM à jour.

Démonstration commentée, sans vocabulaire technique. Exercice dirigé : faire produire à l'assistant une fiche d'entreprise fausse mais crédible (chiffre d'affaires, dirigeants, projets en cours), afin d'installer le réflexe de vérification avant le réflexe d'usage.

Règles de confidentialité : ce qui ne sort jamais de l'entreprise, prix, marges, remises, conditions négociées, données personnelles des contacts, documents sous accord de confidentialité. Paramétrage des comptes et désactivation de la réutilisation des données.

2
10 h 15
12 h 30

SÉQUENCE 2 · 2 H 15

Lire un compte et cartographier la décision

Atelier sur un compte fil rouge, à partir d'informations publiques : site, rapport annuel, communiqués, offres d'emploi, presse professionnelle. Production d'une fiche compte : activité, enjeux, organisation, signaux d'affaires. Chaque affirmation porte sa source ; ce qui n'en a pas devient une question à poser au client.

Cartographie de la décision : qui décide, qui prescrit, qui utilise, qui achète, qui peut bloquer, et ce que chacun a à gagner ou à perdre.

3

13 h 30
15 h 00

SÉQUENCE 3 · 1 H 30

Préparer le rendez-vous de découverte

Objectifs du rendez-vous et prochaine étape visée. Questions de découverte, de la situation aux bénéfices attendus en passant par les difficultés et leurs conséquences. Objections probables de chaque acteur, et réponses préparées.

Mail de confirmation avec un ordre du jour qui donne envie de venir.

4

15 h 00
16 h 30

SÉQUENCE 4 · 1 H 30

Le rendez-vous simulé et ses suites

Rendez-vous simulé à voix haute : l'assistant joue l'interlocuteur, un directeur financier pressé, un acheteur qui ramène tout au prix, un utilisateur sceptique. Débriefing dirigé sur ce qui a fait avancer l'échange et ce qui l'a bloqué.

Après le rendez-vous : des notes brutes au compte rendu structuré, besoins identifiés, prochaine étape datée, mise à jour du CRM et mail de suite, prêts à être relus et envoyés.

✓

16 h 30
17 h 00

CLÔTURE · 30 MINUTES

Évaluation et plan d'action

Évaluation des acquis. Plan d'action individuel : un usage concret à mettre en œuvre sous quinze jours, sur un compte réel. Évaluation de satisfaction.

Ce que le format d'une journée ne couvre pas

Le point est signalé en toute transparence, afin que le choix du format se fasse en connaissance de cause. Une journée installe la posture et deux usages, la préparation du compte et celle du rendez-vous. Elle ne permet pas de construire un plan de compte complet, ni de rédiger une proposition personnalisée, ni de la relire avec les yeux de l'acheteur, ni de préparer la soutenance, ni de constituer la bibliothèque commerciale de l'équipe et ses règles internes d'usage de l'intelligence artificielle.

Ces points constituent la seconde journée du format long.

FORMAT 2 · DEUX JOURNÉES **RECOMMANDÉ**

Du compte visé à la proposition qui l'emporte

14 heures · présentiel · 4 à 8 participants · journées consécutives ou espacées d'une semaine

Objectifs pédagogiques

Les six objectifs du format d'une journée, complétés par :

7. Construire un plan de compte : enjeux, acteurs, opportunités, actions et échéances.
8. Structurer une proposition commerciale sur les enjeux du client et ses critères de décision, puis en rédiger les sections clés à partir des contenus existants de l'entreprise.
9. Relire sa proposition avec les yeux de l'acheteur, et corriger ce qui affaiblit l'offre.
10. Préparer une soutenance et les réponses aux objections, et s'y entraîner en simulation.
11. Constituer la bibliothèque commerciale de l'équipe et formuler les règles internes d'usage de l'intelligence artificielle, au regard du RGPD et de l'article 4 du règlement européen sur l'intelligence artificielle.

JOURNÉE 1 COMPRENDRE, PRENDRE EN MAIN, PRÉPARER

1 — 9 h 00 – 10 h 30

SÉQUENCE 1 · 1 H 30

Ce que fait vraiment un assistant, et ce qu'il ne fera jamais

Recueil des attentes et des réserves, exercice sur la fiche d'entreprise fausse mais crédible, règles de confidentialité propres aux informations commerciales, paramétrage des comptes.

2 — 10 h 30 – 12 h 30

SÉQUENCE 2 · 2 H 00

Prise en main guidée, les cinq gestes de base

Travail en binôme sur des documents simples de l'équipe : un compte rendu de rendez-vous, un mail client, une fiche produit. Les cinq gestes : donner un contexte et un rôle, déposer un document, demander un tableau plutôt qu'un texte, exiger les passages sources, faire reformuler pour un destinataire.

Séquence volontairement lente : c'est ici que se gagne ou se perd la confiance d'un groupe débutant.

3 — 13 h 30 – 15 h 15

SÉQUENCE 3 · 1 H 45

Lire un compte et cartographier la décision

Fiche compte sourcée sur le compte fil rouge, signaux d'affaires, cartographie des acteurs et de leurs enjeux. Ce qui n'a pas de source devient une question à poser.

4 — 15 h 15 – 16 h 30

SÉQUENCE 4 · 1 H 15

Préparer le rendez-vous de découverte

Objectifs, questions de découverte, objections probables et réponses, mail de confirmation avec ordre du jour.

✓ — 16 h 30 – 17 h 00

BILAN · 30 MINUTES

Bilan de la journée

Usage à pratiquer avant la seconde journée : préparer un vrai rendez-vous de la semaine avec sa fiche compte et ses questions.

JOURNÉE 2 S'ENTRAÎNER, PROPOSER, L'EMPORTER

5
9 h 00
10 h 30

SÉQUENCE 5 · 1 H 30

Les rendez-vous simulés et leurs suites

Retour sur la pratique de l'intervalle. Chaque participant passe au moins un rendez-vous simulé à voix haute, l'assistant jouant l'interlocuteur. Débriefing dirigé. Compte rendu, mise à jour du CRM, prochaine étape et mail de suite.

6
10 h 30
12 h 30

SÉQUENCE 6 · 2 H 00

Du plan de compte à la proposition

Plan de compte : enjeux, acteurs, opportunités, actions et échéances. Trame de proposition construite sur les enjeux du client et ses critères de décision : son contexte dans ses mots, la solution, les preuves, le planning, les conditions, la prochaine étape.

Rédaction des sections clés à partir des contenus existants de l'entreprise : descriptions d'offre, références, propositions déjà gagnées. Règle de la séquence : chaque paragraphe doit pouvoir porter le nom du client, sinon il est trop générique.

7
13 h 30
15 h 00

SÉQUENCE 7 · 1 H 30

Se relire en acheteur SÉQUENCE MIROIR

Renversement de perspective : les participants échangent leurs propositions et les notent avec la grille d'un acheteur, compréhension du besoin, crédibilité des preuves, clarté du prix, risques perçus. Puis l'assistant joue le comité d'achat et pose les questions qui fâchent.

C'est la séquence qui fait comprendre, mieux qu'un exposé, pourquoi une offre générique perd. Chacun repart avec sa proposition corrigée.

8
15 h 00
16 h 30

SÉQUENCE 8 · 1 H 30

La soutenance, puis capitaliser

Préparer la soutenance : un message clé en une phrase, trois preuves, les réponses aux objections de prix, de délai, de concurrence et de statu quo. Soutenance courte simulée en binôme.

Capitaliser : la bibliothèque commerciale de l'équipe, fiches comptes, questions de découverte, trames de compte rendu et de proposition, références, réponses aux objections. Elle reste dans l'entreprise après la formation. Règles internes d'usage de l'intelligence artificielle. Feuille de route à 90 jours.

✓
16 h 30
17 h 00

CLÔTURE · 30 MINUTES

Évaluation

Évaluation des acquis et évaluation de satisfaction.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Formation-action : environ un tiers d'apports, deux tiers de pratique sur cas réels ou réalistes.
- Travail en binôme sur la première demi-journée, puis en poste individuel.
- Un dossier fil rouge est fourni : un compte fictif complet, avec son site, son rapport annuel, ses actualités et une consultation privée. Si l'entreprise transmet en amont une proposition récente, gagnée ou perdue, et son support de présentation, anonymisés, les ateliers sont bâtis sur ses propres pièces, ce qui est vivement recommandé.
- Un mémo papier est remis à chaque participant : les gestes, les règles de confidentialité, le cadre de la prospection et les trames travaillées.
- Un seul outil est utilisé pendant toute la formation, afin d'éviter la dispersion. Si l'entreprise dispose déjà d'un assistant intégré à sa messagerie ou à sa suite bureautique, il est privilégié.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Évaluation des besoins et du niveau en amont, par questionnaire court.
- Évaluation continue par observation des productions en atelier.
- Évaluation des acquis sur les livrables de chaque participant : fiche compte, préparation de rendez-vous, compte rendu et, pour le format de deux journées, plan de compte et proposition corrigée.
- Évaluation de la satisfaction à chaud.
- Attestation de fin de formation remise à chaque participant.

ACCESSIBILITÉ ET DÉLAIS D'ACCÈS

Formation accessible aux personnes en situation de handicap. Les besoins d'adaptation sont recensés lors de l'entretien préalable, et les aménagements nécessaires sont étudiés avec l'entreprise avant le démarrage.

Avec un financement, la demande de prise en charge doit parvenir complète à l'opérateur de compétences au moins quinze jours calendaires avant le premier jour.

Conditions de réussite, à préparer par l'entreprise

Les comptes d'accès à l'outil doivent être créés et testés avant le premier jour. Sur un public débutant, une création de comptes en salle coûte environ trois quarts d'heure de formation. Une procédure pas à pas est transmise dix jours avant la session.

Sont également nécessaires : un poste par participant, ou un poste pour deux sur la première demi-journée, avec une connexion internet fonctionnelle ; une salle équipée d'un vidéoprojecteur ou d'un grand écran, assez calme pour les rendez-vous simulés ; et, dans la mesure du possible, une proposition récente et le support de présentation de l'offre, anonymisés, transmis dix jours avant. Aucun prix ni aucune marge confidentiels.

INTERVENANT



Loïc Delmazure

Formateur et consultant IA · Dpp

Formateur et consultant indépendant, spécialisé dans l'usage professionnel de l'intelligence artificielle générative et dans l'automatisation des tâches administratives et commerciales au sein des TPE et PME. Président de Skillearn, l'agence IA et automatisation.

150+	**20+**	**4,7/5**
apprenants formés depuis 2023	organisations commanditaires depuis 2023	de moyenne aux questionnaires de fin de formation

Questionnaires de fin de formation transmis par les organismes : 31 notes sur 19 sessions, de mai à octobre 2026.

- Ancien ingénieur d'affaires : la prospection, les relances et le suivi commercial ont été son quotidien avant la formation.
- Président ou membre de jury pour cinq certifications professionnelles enregistrées au Répertoire spécifique, dont une consacrée à la performance commerciale avec l'intelligence artificielle (RS7283).
- Interventions régulières sur l'intelligence artificielle appliquée aux métiers : traitement et rédaction de messages, production de documents, automatisation de flux de travail, montée en compétence d'équipes non techniques.
- Pédagogie orientée pratique : aucune démonstration non reproductible par le participant, un outil unique par formation, et des livrables qui restent dans l'entreprise après la session.

Loïc Delmazure

Programme type, ajusté à votre entreprise lors de l'échange de cadrage. Appris le vendredi, appliqué le lundi.



Document de présentation pédagogique, édition organismes. Les mentions relatives à l'organisme titulaire de la convention, au tarif et aux conditions générales de vente sont complétées par celui-ci avant transmission au client et dépôt du dossier de financement.

À COMPLÉTER PAR L'ORGANISME DE FORMATION

Cette page accompagne le programme lorsqu'un organisme de formation porte la convention. Elle se remplit à la main, ou se remplace par la page équivalente de l'organisme.

ORGANISME TITULAIRE DE LA CONVENTION
Raison sociale et adresse

DÉCLARATION D'ACTIVITÉ
Numéro et région

SIRET

CERTIFICATION QUALIOPI
Organisme certificateur, numéro, date de validité

TARIF
Montant, base de calcul (par jour, par groupe ou par participant), frais éventuels

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE
Référence, ou « jointes au présent programme »

CONTACTS
Référent pédagogique, référent administratif, référent handicap

DATE

CACHET ET SIGNATURE DE L'ORGANISME