

PROGRAMME DE FORMATION

"Stratégie Commerciale et Optimisation de la Relation Client "

Durée : 5 jours soit 35 heures

Modulable selon les thèmes à aborder et le nombre de participants à former

Tarif minimum indicatif : 2200 TTC

Formation dispensée à partir de 5 personnes minimum

Effectif limité à 10 personnes.

OBJECTIFS

Cette formation de 5 jours vous permettra d'acquérir une maîtrise approfondie de la stratégie commerciale, couvrant tous les aspects clés de la définition, de l'analyse, de l'optimisation et de la mise en œuvre d'une stratégie adaptée aux marchés cible. À travers des ateliers et des cas pratiques, vous développerez des compétences concrètes pour établir une stratégie commerciale efficace.

À la fin de la formation, vous aurez acquis les compétences nécessaires pour :

- Élaborer une stratégie commerciale alignée avec les objectifs de l'entreprise.
- Identifier et segmenter le marché cible en fonction des besoins et tendances.
- Mettre en place des actions de prospection et de vente performantes.
- Optimiser la relation client et développer des stratégies de fidélisation.
- Mesurer les performances et ajuster les actions commerciales pour une amélioration continue.

PUBLIC

Profil : Commerciaux, responsables des ventes, entrepreneurs et professionnels souhaitant développer leurs compétences en stratégie commerciale.

PRÉREQUIS

Connaissances de base en commerce et marketing.

OUTILS ET MÉTHODOLOGIES D'ÉVALUATION

AVANT : Une analyse en amont est faite pour adapter la formation aux besoins réels du participant.

PENDANT : Un réveil pédagogique, chaque début de journée, propose un débriefing de la veille pour repérer les écarts éventuels. Si besoin, une formalisation viendra réguler les points soulevés.

Afin d'évaluer si les connaissances acquises pendant la formation sont correctement assimilées et faciliter la transférabilité sur le poste de travail, chaque stagiaire est évalué individuellement à l'aide :

- D'ateliers participatifs / mise en situation
- De mises en pratique
- Des sessions de questions-réponses

Un point en fin de journée de formation recueille les impressions des participants.

Une évaluation à la fin de la semaine validera votre niveau en sortie de formation : vous devrez justifier d'au moins 70% de bonnes réponses pour un avis favorable.

Un questionnaire d'évaluation à chaud en fin de formation mesurera votre satisfaction.

APRÈS : Nous reviendrons vers vous (1 mois après la formation) pour évaluer l'impact du dispositif de formation dans votre quotidien professionnel.

MOYENS D'ENCADREMENT DE LA FORMATION

HÉLIOS s'engage à adapter chaque formation aux besoins réels du stagiaire. L'animation est basée sur une pédagogie active avec des exercices pratiques et personnalisés, qui permettent l'ancrage en temps réel. Cette animation s'appuie sur une alternance d'exposés théoriques et pratiques.

Chaque étape de la formation se fait en privilégiant :

- ✓ Les échanges avec les participants
- ✓ des exercices pratiques pour une meilleure assimilation des données transmises.

Des supports pédagogiques sont remis par mail à chaque participant :

- Supports de cours utilisés pendant la semaine (PDF, vidéos)
- Une salle de formation avec paperboard, vidéoprojecteur
- D'un intervenant spécialisé dans la stratégie commerciale

LIEU DE FORMATION

La formation est dispensée en présentiel en INTRA entreprise ou dans nos locaux situés au 8 rue de l'est à Boulogne Billancourt.

Cependant selon le nombre de candidats un local aménagé peut être loué à une autre adresse.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

- Le programme sera diffusé sur le site : helios-formations.com
- Inscription via une commande sur papier à en-tête de votre société ou via la signature du devis qui vous a été adressée par mail
- Si prise en charge par un OPCO : vous devez en faire la demande à votre OPCO un mois avant le démarrage de la session.

Toutes les inscriptions seront au préalable étudiées afin de déterminer la faisabilité de votre projet. Le démarrage de la formation est de 15 jours après la signature du contrat ou de la convention.

CONTACT

Nérimène BJIR : référente pédagogique, administrative et référente handicap

Adeline DAVIDE : Formatrice

ACCESSIBILITÉ

Si un bénéficiaire a des contraintes particulières liées à une situation de handicap, veuillez contacter au préalable le référent handicap afin que nous puissions dans la mesure du possible adapter l'action de formation et vous permettre de suivre celle-ci dans les meilleures conditions.

En intra-entreprise : il appartient au client de s'assurer que les locaux soient conformes et accessibles aux personnes en situation de handicap.

CONTENU DE LA FORMATION

- Accueil, présentation du formateur et des stagiaires.
- Présentation du programme, des objectifs et des méthodes utilisées.
- Définition du cadre formatif
- Positionnement

➤ Jour 1 : Introduction à la Stratégie Commerciale

Module 1 : Apprendre les fondamentaux de la Stratégie Commerciale - 3h

1. Comprendre les bases de la stratégie commerciale
2. Définir la vision, mission et valeurs de l'entreprise
3. Analyser les segments de marché

**Module 2 : Apprendre à faire une analyse SWOT, PESTEL et Forces de PORTER
- 3 heures**

1. Effectuer une analyse SWOT
2. Réaliser une analyse PESTEL
3. Réaliser une analyse des 5 forces de Porter
4. Étude de cas pratique : Analyse stratégique

➤ Jour 2 : Définition et Segmentation du Marché Cible

Module 3 : Apprendre à réaliser une étude de Marché et Ciblage 5h

1. Apprendre les techniques d'études de marché
2. Analyser la concurrence
3. Positionner l'offre selon les besoins et tendances

**Module 4 : Apprendre à faire une segmentation et création
de Buyer Personas – 3 h**

1. Approfondir les techniques de segmentation
2. Créer des buyer personas
3. Travail de groupe : Exercice de segmentation

➤ Jour 3 : STRATÉGIES DE PROSPECTION ET TECHNIQUES DE VENTE

Module 5 : Apprendre à faire une prospection Multicanale – 3 h

1. Développer des stratégies de prospection multicanal
2. Optimiser la prospection numérique et traditionnelle
3. Cas pratique : Plan de prospection personnalisé

Module 6 : Apprendre les techniques de Vente et Closing – 3 h

1. Maîtriser les techniques de closing et de négociation
2. Pratiquer des mises en situation et jeux de rôle
3. Analyser et adapter ses techniques de vente

➤ Jour 4 : OPTIMISATION DE LA RELATION CLIENT ET FIDÉLISATION

Module 7 : Optimiser l'expérience Client et un parcours de Fidélisation – 3 h

1. Comprendre l'importance de l'expérience client
2. Définir un parcours client optimisé
3. Étude de cas : Parcours de fidélisation réussi

Module 8 : Apprendre la gestion d'un CRM et la gestion de la Relation Client – 3 h

1. Apprendre à utiliser des outils de CRM
2. Automatiser la gestion client avec un CRM
3. Étude de cas : Analyse de stratégies CRM efficaces

➤ Jour 5 : MESURE DE LA PERFORMANCE ET AJUSTEMENT DE LA STRATÉGIE

Module 9 : Connaître les indicateurs de Performance et Analyser les Ventes – 3 h

1. Identifier les indicateurs de performance (KPI)
2. Créer un tableau de bord de suivi des ventes
3. Utiliser des outils de reporting commercial

Module 10 : Ajustement Stratégique et Evaluation – 3 h

1. Analyser les résultats pour ajuster la stratégie
2. Élaborer un plan d'action.
4. Révision des concepts clés de chaque module.
Application des compétences acquises à travers des études de cas.
Évaluation finale des connaissances et compétences acquises.
Remise des attestations de formation aux participants ayant satisfait aux critères d'évaluation.

SUIVI ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

Questionnaire de positionnement, feuille d'émargement, d'exercices pratiques, des questionnaires, document d'évaluation de satisfaction à chaud et à froid (1 mois) attestation de formation, certificat de réalisation individualisé.

DATES

Nous consulter

HORAIRES DE FORMATION :

De 9 heures à 17 heures