

Cycle Conquête de nouveaux clients / marchés

Vente, relation client, marketing - 2019

La formation en résumé

Quelque soit votre domaine d'activité, pour développer l'entreprise, l'aider à lancer un nouveau produit /service ou compenser une baisse d'activité, il faut régulièrement trouver de nouveaux contacts à transformer en clients. Cette conquête est une priorité stratégique pour chaque entreprise

Objectifs :

- Développer son portefeuille clients grâce à la prospection et/ou les appels d'offres
- Utiliser au mieux les réseaux professionnels pour trouver de nouveaux clients ou marchés

Participants :

- Commerciaux
- Dirigeants de PME/PMI

Prérequis :

Pas de pré requis

2 640 €

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



À partir de 6
jours (42
heures)



Certificat
consulaire



Training

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques techniques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques. Echanges, analyse de pratiques, mises en situation et mises en pratique, cas réels d'entreprises, co-construction Salles de formation équipées pour une pédagogie active

Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Cette formation donne lieu à une évaluation de satisfaction complétée par les participants et un tour de table collectif avec le formateur. Cette formation donne lieu à une évaluation des acquis uniquement dans le cadre d'une certification Nombre de stagiaires : 3 à 10
Animateur/formateur : nom et parcours disponibles sur simple demande

Modules obligatoires

Prospecter et se développer

— 2 jours (14 heures)

Prospecter, vendre et relancer par téléphone

— 2 jours (14 heures)

Gagner ses appels d'offres

— 2 jours (14 heures)

Développer son activité grâce aux réseaux professionnels et au networking

— 1 jour (7 heures)

Modules optionnels

Optimiser la présentation commerciale de son mémoire technique

— 1 jour (7 heures)

Convaincre par l'écoute et l'art de la négociation

— 2 jours (14 heures)

Prospecter et se développer

Vente, relation client, marketing - 2019

Objectifs :

- Connaître et utiliser les outils de prospection adaptés pour développer son fichier de prospects, acquérir et fidéliser de nouveaux clients
- Maîtriser les techniques de communication, de relance et de fidélisation
- Déterminer ses cibles, sa stratégie d'approche et préparer son plan d'actions de prospection

Participants :

- Commerciaux, chargés de relation clients
- Dirigeants d'entreprise
- Toute personne chargée du développement commercial de l'entreprise

Prérequis :

- Cette session ne nécessite aucun pré-requis particulier

Le programme

Préparer la prospection

- Définir ses objectifs, ses cibles, les marchés dans le cadre de la politique commerciale de l'entreprise
- Mettre en place un plan d'action de prospection, établir et respecter son un planning
- Sourcing et recherche de prospects : recherche de fichiers, les sources (internes, externes), constitution d'une base de données, la segmentation, analyse, segmentation et tests
- Préparer son argumentaire en fonction des cibles abordées

Organiser sa prospection

- Développer l'efficacité commerciale
- Les temps d'une prospection performante
- Planifier les étapes

Maîtriser les techniques de communication

- Savoir écouter pour développer un climat de confiance
- Développer son questionnement
- Argumenter pour convaincre

Développer de nouvelles actions de prospection

- Développer les attitudes de création de réseau
- Par l'événement : les principes de l'action événementielle
- Les événements à distance : webinar
- Par le partenariat : les principes du gagnant- gagnant
- Par les outils du marketing direct
- Déceler les limites de chaque média de prospection

Sourcer les lieux, événements, interlocuteurs en lien avec son activité commerciale : workshop « générateur de contacts »

Réussir ses entretiens de prospection

- Se motiver dans la pratique
- S'entraîner aux différentes phases de l'entretien quelque soit le média de prospection : mises en situation

Acquérir les bonnes pratiques de la relance

- Choisir les temps de relance et organiser la relance en fonction des cibles
- Mettre en place la synergie des canaux de communication avec son prospect
- Savoir créer les opportunités de contact

980 €

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



2 jours (14 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Maîtriser la fonction commerciale
Cycle Conquête de nouveaux clients / marchés
Cycle Mener une négociation commerciale



-10%

Formation en tandem avec :
Prospecter, vendre et relancer par téléphone
Ou
Développer son activité grâce aux réseaux professionnels et au networking
Ou
Développer son activité grâce à LinkedIn

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 04/11, 05/11

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

Sessions à venir - Nous contacter

Roanne - 04 77 44 54 69

Sessions à venir - Nous contacter

Marseille - 04 91 14 26 95

- 04/11, 05/11

Acquérir les bonnes pratiques de la fidélisation

- Les techniques pour fidéliser et leurs mises en œuvre

Les + de la formation : Étude personnalisée des axes de développement en fonction de la structure du fichier clients des participants et définition des actions à mettre en œuvre dès la fin de formation

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques techniques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Echanges, analyse de pratiques, mises en situation et mises en pratique, cas réels d'entreprises, co-construction Salles de formation équipées pour une pédagogie active
A l'issue de la formation les participants disposeront d'une boîte à outils pour conquérir de nouveaux clients et les fidéliser Etude personnalisée des axes de développement en fonction de la structure du fichier clients des participants et définition des actions de fidélisation à mettre en œuvre dès la fin de formation

Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Cette formation donne lieu à une évaluation de satisfaction complétée par les participants et un tour de table collectif avec le formateur. Cette formation ne donne pas lieu à une évaluation des acquis. Nombre de stagiaires : 3 à 10 Animateur/formateur : nom et parcours disponibles sur simple demande

Prospecter, vendre et relancer par téléphone

Vente, relation client, marketing - 2019

Objectifs :

- Maîtriser les techniques de communication par téléphone et parfaire son efficacité commerciale en émission et / ou en réception d'appels
- Maîtriser les outils pour relancer, vendre, fidéliser ses clients ou obtenir des RDV qualifiés par téléphone
- Savoir argumenter en fonction des besoins de son interlocuteur

Participants :

- Commerciaux, chargés de relations clients
- Collaborateurs et assistants des services commerciaux
- Créateurs d'entreprise

Prérequis :

- Cette session ne nécessite aucun pré-requis particulier

Le programme

Se préparer et maîtriser les techniques spécifiques de communication par téléphone

- L'intérêt de se fixer des objectifs SMART
- Qualifier et développer son fichier
- Les bonnes attitudes pour avoir de l'impact au téléphone
- Identifier la typologie de son client et s'adapter
- Maîtriser le vocabulaire commercial
- Adopter une communication positive et valorisante
- Préparer son Elevator Pitch Commercial et son entretien de découverte

Maîtriser chaque étape de l'entretien commercial au téléphone

- Passer les barrages pour obtenir le bon interlocuteur
- Créer un climat de confiance
- Maîtriser sa prise de contact et son pitch au travers de mises en situation
- Écouter pour identifier les besoins de son interlocuteur
- Questionner et reformuler lors de la phase découverte
- Argumenter et convaincre avec un argumentaire personnalisé selon les besoins identifiés
- Être force de proposition
- Anticiper et gérer les objections
- Verrouiller l'entretien et conclure
- Prendre congé
- Générer des résultats : ventes ou prises de RDV
- Maîtriser la totalité de son offre commerciale
- Connaître ses clients : historique, retour d'informations
- Détecter le moment opportun pour proposer
- Mise en situation globale propre à l'activité de chaque participant : prise en RDV, vente...

Utiliser des outils adaptés

- L'argumentaire de vente
- La fiche contact
- Les outils de suivi : comprendre l'importance d'un outil GRC (Gestion Relation Client)
- Les outils de mesure et d'analyse des résultats

Générer des ventes additionnelles

- Maîtriser dans sa totalité l'offre commerciale
- Connaître ses clients : historique, retour d'informations
- Détecter le moment opportun pour proposer

980 €

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



2 jours (14 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Maîtriser la fonction commerciale
Cycle Conquête de nouveaux clients / marchés
Cycle Mener une négociation commerciale
Cycle Relation et Qualité de service client



-10%

Formation en tandem avec :
Prospecter et se développer

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 09/12, 10/12

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

Sessions à venir - Nous contacter

Marseille - 04 91 14 26 95

- 10/10, 11/10
- 09/12, 10/12

Relancer avec efficacité

- Organiser et planifier ses relances
 - Acquérir Les bonnes pratiques de relance et fidélisation par téléphone
 - Compte-rendu d'appels et gestion avec les équipes transverses
 - Débriefer ses appels
 - Analyser ses résultats pour progresser et répéter les facteurs clés de succès
 - Rebondir après une vente difficile
 - Mettre en place un process gagnant
 - Rester positif et persévérer
 - Mise en place d'un plan d'actions individuel par le biais d'une grille d'autoanalyses

Trucs et astuces pour appels entrants/sortants

- Les particularités des appels entrants suite à un mailing, une action commerciale
Les particularités des appels sortants

Les + de la formation :

- Simulations et mises en situation avec entretiens téléphoniques enregistrés et débriefés pour améliorer sa pratique. Possibilité d'utiliser les fichiers du participant pour du training réel sur la prise de rendez-vous ou la prospection téléphonique. Auto analyse et conseils personnalisés

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques techniques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.
Echanges, analyse de pratiques, mises en situation et mises en pratique, cas réels d'entreprises, co-construction Salles de formation équipées pour une pédagogie active
Possibilité de mises en situations sur les fichiers clients des participants (avec accord préalable de l'entreprise) Cette formation se déroule sur un call center pédagogique permettant les enregistrements audio et les restitutions des entretiens téléphoniques

Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Cette formation donne lieu à une évaluation de satisfaction complétée par les participants et un tour de table collectif avec le formateur. Cette formation ne donne pas lieu à une évaluation des acquis. Nombre de stagiaires : 3 à 10 Animateur/formateur : nom et parcours disponibles sur simple demande

Gagner ses appels d'offres

Vente, relation client, marketing - 2019

Objectifs :

- Connaître la réglementation des marchés publics et privés
- Mettre en place une veille efficace, analyser un appel d'offres et rédiger une réponse pertinente
- Savoir dématérialiser la réponse à un appel d'offres

Participants :

- Responsables, chargés d'affaires, commerciaux, assistants commerciaux, chefs d'entreprise
- Toute personne ayant à réaliser des réponses à appels d'offres

Prérequis :

- Cette session ne nécessite aucun pré-requis particulier

Le programme

Comprendre le nouveau contexte des marchés publics et privés

- Présentation du marché, des acteurs
- Les enjeux de la réponse aux marchés publics/privés
- Les différentes procédures
- La réglementation des seuils
- Le code des marchés publics/privés
- Où trouver les informations clés pour réussir sa réponse aux appels d'offres publics et privés

Comment accéder aux marchés publics et privés

- Mise en place des veilles automatisées
- Mise en place de la prescription technique
- Où trouver les appels d'offres
- Déterminer les marchés pertinents
-

Comprendre et étudier le dossier de consultation des entreprises

- Analyse des pièces générales
- Analyse des pièces techniques
- Demander des informations complémentaires

Analyse du cahier des charges et des éléments de réponse à apporter

- Les éléments constitutifs d'un mémoire technique
- Analyse des besoins du marché public
- Analyse et mise en avant des avantages concurrentiels de l'offre
-

Rédiger une réponse

- Les pièces de la candidature (capacités techniques et financières)
- Les pièces de l'offre (mémoire technique)

Dématérialisation: les fondamentaux

- Rappel des règles depuis 2016
- Nouvelle réglementation : dématérialisation de la commande publique au 1er octobre 2018
-

La dématérialisation de la réponse

- Obtenir un certificat électronique
- Générer les bons formats numériques
- Identifier les risques
- Connaître les obligations du donneur d'ordre

980 €

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



2 jours (14 heures)



Training



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Conquête de nouveaux clients / marchés



-10%

Formation en tandem avec :
Optimiser la présentation commerciale de son mémoire technique
Ou
Dématérialiser ses appels d'offres

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 14/10, 15/10

Marseille - 04 91 14 26 95

- 07/10, 08/10

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques techniques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.
Echanges, analyse de pratiques, mises en situation et mises en pratique, cas réels
d'entreprises, co-construction Salles de formation équipées pour une pédagogie active

Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Cette formation donne lieu à une évaluation de satisfaction complétée par les
participants et un tour de table collectif avec le formateur. Cette formation ne donne pas
lieu à une évaluation des acquis Nombre de stagiaires : 3 à 10 Animateur/formateur :
nom et parcours disponibles sur simple demande

Développer son activité grâce aux réseaux professionnels et au networking

Vente, relation client, marketing - 2019

Objectifs :

- Construire son réseau professionnel et savoir l'utiliser
- Connaître les différentes méthodes de networking commercial et l'organiser
- Adopter les bonnes pratiques relationnelles pour se promouvoir soi-même ou son entreprise, prospecter, fidéliser ses contacts et collecter des informations de qualité

Participants :

- Responsables, commerciaux, ingénieurs d'affaires, KAM
- Dirigeants d'entreprise et créateurs d'entreprise

Prérequis :

- Cette session ne nécessite aucun pré-requis particulier

Le programme

Définition, enjeux et intérêt du réseau professionnel

- Qu'est-ce qu'un réseau ?
- Identifier les canaux de déploiement des réseaux

Optimiser son réseau actuel et le développer

- Cartographier structurellement son réseau
- Evaluer son propre carnet d'adresses pour le faire vivre
- Faire émerger les marchés cachés, les viviers porteurs
- Choisir le bon réseau parmi les locaux et les nationaux : clubs, clusters, Only Lyon etc....
- Se positionner et être proactif dans son réseau

Développer sa présence en Networking

- Identifier sa dynamique, ses pratiques et les comprendre (se Benchmarker)
- Faire émerger les freins, perceptions et idées reçues pour les faire évoluer
- Intégrer le Networking à son quotidien et en faire un réflexe
- Activer les leviers d'une posture proactive

Adopter les bonnes pratiques

- Devenir acteur de son réseau pour gagner en influence
- Raisonner « Networking durable »
- Aborder le Business comme conséquence et non comme finalité

Mettre en place son plan d'Actions

- Créer sa boîte à outils de Networker
- Constituer sa BDDN
- Exploiter le CRM interne
- Identifier puis qualifier les Leads
- Assurer l'accroche des contacts par un élaborer un Pitch Elevator dédié puis:
 - ~ Mettre en confiance et échanger
 - ~ Stimuler la curiosité des Leads
 - ~ Insuffler du lien et un futur proche

Connaître les rituels, les codes, les bonnes pratiques

Les + de la formation : chaque participant cartographie son réseau et construit son plan d'actions pendant la formation

510 €

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



1 jour (7 heures)



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Manager Commercial
Cycle Conquête de nouveaux clients / marchés



-10%

Formation en tandem avec :
Développer son activité grâce à LinkedIn
Ou
Prospecter et se développer

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 22/11

Marseille - 04 91 14 26 95

- 22/11

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques techniques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.
Echanges, analyse de pratiques, mises en situation et mises en pratique, cas réels d'entreprises, co-construction Salles de formation équipées pour une pédagogie active

Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Cette formation donne lieu à une évaluation de satisfaction complétée par les participants et un tour de table collectif avec le formateur. Cette formation ne donne pas lieu à une évaluation des acquis. Nombre de stagiaires : 3 à 10 Animateur/formateur : nom et parcours disponibles sur simple demande

Optimiser la présentation commerciale de son mémoire technique

Vente, relation client, marketing - 2019

Objectifs :

- Analyser les demandes de l'acheteur pour bâtir une réponse structurée et pertinente
- Rendre son mémoire technique attractif et vendre pour se démarquer de la concurrence

Participants :

Connaître les principes de base de la commande publique et de la réponse aux appels d'offre

Prérequis :

- Avoir déjà répondu à un appel d'offres et en maîtriser les étapes clés

Le programme

Maîtriser les principes de base du mémoire technique

- La pondération des critères de jugement des offres dans les marchés publics
- De l'importance d'un mémoire technique de qualité dans la réponse aux appels d'offres publics
- Les principes de la structuration d'un mémoire technique

Analyser le cahier des charges et les éléments de réponse à apporter

- Les éléments constitutifs d'un mémoire technique
- Analyse des besoins du marché public et des propositions à retranscrire dans le mémoire technique
- Analyse et mise en avant des avantages concurrentiels de l'offre

Rédiger un mémoire technique

- Les principes rédactionnels détaillés afférents à chaque section constitutive d'un mémoire technique
- - Présentation de l'entreprise
- - Moyens humains et matériels
- - Dispositions adoptées pour la réalisation du marché
- - Méthodologie
- - Responsabilité sociétale des entreprises appliquée au marché public
- De l'importance de la mise en forme du mémoire technique et de la relecture
- Analyses de mémoires techniques réels
- Dématérialisation du mémoire technique et de ses annexes (nouvelle réglementation sur la dématérialisation de la commande publique au 1er octobre 2018)

Les + de la formation : Analyse d'exemples de mémoires techniques pouvant être apportés par les participants ou l'intervenant pour identifier les meilleures pratiques

510 €

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



1 jour (7 heures)



Training



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Conquête de nouveaux clients / marchés



-10%

Formation en tandem avec :
Gagner ses appels d'offres

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 08/11

Marseille - 04 91 14 26 95

Sessions à venir - Nous contacter

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques techniques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.
Echanges, analyse de pratiques, mises en situation et mises en pratique, cas réels
d'entreprises, co-construction Salles de formation équipées pour une pédagogie active

Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Cette formation donne lieu à une évaluation de satisfaction complétée par les
participants et un tour de table collectif avec le formateur. Cette formation ne donne pas
lieu à une évaluation des acquis Nombre de stagiaires : 3 à 10 Animateur/formateur :
nom et parcours disponibles sur simple demande

Convaincre par l'écoute et l'art de la négociation

Vente, relation client, marketing - 2019

Objectifs :

- Optimiser la relation avec ses clients et présenter efficacement les produits et services de l'entreprise
- Détecter rapidement le profil de son client et adapter son discours
- Se positionner dans une relation "gagnant-gagnant" lors des rendez-vous en face à face en adaptant son comportement et son langage

Participants :

- Commerciaux, chargés de relation clients
- Toute personne souhaitant entrer en relation client pour promouvoir ses produits et/ou ses services

Prérequis :

- Cette session ne nécessite aucun pré-requis particulier

Le programme

Ecouter et reformuler : connaître les besoins du client

- L'écoute active
- Prendre en charge le client

Détecter les différentes typologies de clients

- Identifier la typologie de son interlocuteur et adapter son entretien : discours, comportement, langage, mots professionnels, non-verbal
- Distinguer rapidement les différents types de clients : leurs expressions favorites et comportements, les réactions et phrases à mettre en place
- Utiliser un langage professionnel et commercial

Argumenter et négocier

- Argumenter : préparer et maîtriser son argumentaire de vente
- Négocier

L'affirmation de soi face à l'objection pour mieux négocier

- Les effets de la persuasion sans tomber dans la manipulation
- Détecter les signaux d'achat et conclure au bon moment
- Training et mises en situations

Gérer les situations « tendues » : comprendre la source du problème et apporter une solution efficace et commerciale

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques techniques et d'encadrement

Exercices pour développer les techniques d'écoute Jeux de rôles à partir de situations rencontrées par les participants au quotidien et conseils personnalisés Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques. Echanges, analyse de pratiques, mises en situation et mises en pratique, cas réels d'entreprises, co-construction Salles de formation équipées pour une pédagogie active

Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Cette formation donne lieu à une évaluation de satisfaction complétée par les participants et un tour de table collectif avec le formateur. Cette formation ne donne pas lieu à une évaluation des acquis. Nombre de stagiaires : 3 à 10 Animateur/formateur : nom et parcours disponibles sur simple demande

980 €

(non assujetti à la TVA sauf formation à Roanne)



2 jours (14 heures)



Training



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Conquête de nouveaux clients / marchés
Cycle Relation et Qualité de service client

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 21/11, 22/11

Marseille - 04 91 14 26 95

Sessions à venir - Nous contacter