

Certification :

Cette formation prépare à la validation du Certificat de Compétence "Décliner la stratégie de développement du portefeuille client" du titre de "Responsable développement Commercial" délivré par l'ESGCV, NSF 312 - Niveau 6, enregistré au RNCP en date du 01 juillet 2022 pour une durée de trois ans sous la référence RNCP36610.

Contexte :

Il est de plus en plus difficile de trouver de nouveaux clients et votre fonction vous amène à vous interroger sur la relation commerciale et le développement du chiffre d'affaires de l'entreprise.

Pourquoi vous focaliser sur une stratégie de conquête en prospectant activement si votre portefeuille client existant est laissé à l'abandon ? Comment optimiser le portefeuille clients de chaque commercial ?

Pour optimiser la gestion d'un portefeuille client, il est donc nécessaire de mixer prospection et suivi client de manière objective tout en tenant compte des spécificités du client et du secteur.

Public :

Professionnels en poste ou en situation de recherche d'emplois, souhaitant développer leurs compétences en développement commercial.

Prérequis :

Être titulaire d'une certification de niveau 5 d'un bac +2 ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger...), ou avoir validé 120 crédits ECTS avec une expérience professionnelle dans le secteur visé de minimum 24 mois, ou être titulaire d'un Baccalauréat et justifier d'une expérience professionnelle dans le secteur visé de 36 mois minimum.

Objectifs pédagogiques :

À l'issue de cette formation, les apprenants seront en mesure de :

- Piloter le déploiement des actions de prospection commerciale en collaboration avec le service marketing,
- Participer à la conception d'une action de communication à destination d'une ou plusieurs cible client en collaboration avec le service marketing,
- Élaborer une approche de négociation commerciale pour un prospect/client,
- Conduire une négociation commerciale avec un prospect/client

Moyens pédagogiques et techniques

- Test de positionnement
- Supports de formation visuels
- Exposés théoriques, études de cas, mise en situation
- Quiz en salle
- Pédagogie active

Modalités d'évaluation et de certification

- Test d'entrée et test de sortie (évaluation -des compétences acquises)
- Feuilles de présence.
- Dossier Professionnel
- Certificat de compétence

Épreuve de certification :

Le certificat de compétences est obtenu par la validation de l'épreuve de certification.

Le candidat doit présenter un « dossier professionnel » reprenant l'ensemble des critères permettant d'évaluer sa maîtrise de l'ensemble des compétences du [référentiel](#).

Programme détaillé (60 heures)

Introduction – 1 heure

- Le dossier professionnel
 - Attendus
 - Construction
 - Formalisme
 - Objet d'études

Module 1 – Piloter le déploiement de ses actions commerciales (14 heures)

Jour 1 : Identifier ses cibles (3 heures et 30 minutes)

- Trouver des prospects
- La base de données
- Le fichier de prospect

Décliner la stratégie de développement du portefeuille client

- La typologie de prospects
- L'organisation de la prospection clientèle
- Le plan de prospection

Jour 1 : Définir ses objectifs (3 heures et 30 minutes)

- Les généralités sur le plan de vente
- Identifier les opportunités
- La négociation en BtoB
- La stratégie de vente et la définition de ses objectifs
- Les indicateurs permettant de piloter sa performance

Jour 2 : Préparer son argumentaire (7 heures)

- Les différentes étapes du processus de vente...
- Les techniques d'argumentation en fonction des clients
- Les techniques de vente et la négociation
- Le traitement des objections
- La négociation des achats La méthode SONCAS(E)

Module 2 – Participer à la conception d'un action de communication (14 heures)

Jour 3 - Travailler en collaboration avec les spécialistes du marketing (7 heures)

- Le marketing
 - Le marketing multicanal
 - Les principes du marketing direct
 - Les outils et supports du marketing direct
- Définir les objectifs de sa campagne de communication
 - Identifier ses cibles en lien avec son mix marketing
 - Définir son budget,
 - Analyser les points de contact « consommateurs »
 - Choisir les bon canaux de communication (presse, digital, radio, télévision)
 - Définir ses indicateurs de performance (ROI, visibilité, lead nurturing ...)

Jour 4 - Mettre en place sa campagne de communication (7 heures)

- Définir le message clé à transmettre
- Respecter les codes de l'entreprise, de la marque
- Respecter la réglementation (RGPD, démarchage, vie-privée, e-réputation)
- Rédiger une communication percutante
- Définir les supports visuels attachés au message clé (vidéo, photos, ...)
- Définir son plan d'action post communication

Accompagnement à la rédaction du dossier professionnel (1h45)

Présentiel

- Répondre aux interrogations potentielles
- Faire un point d'avancement
- Mise en place d'actions correctives le cas échéant

Module 3 – Préparer ses négociations commerciales (14 heures)

Jour 5 : Comprendre le besoin de son client (7 heures, 1 jour)

- Approfondir sa connaissance de l'entreprise
 - Stratégie d'entreprise
 - Concurrence
 - Produits
 - Avantages concurrentiels
 - Organisation humaine et technique
 - Objectifs de développement
- Comprendre ses attentes et ses besoins
 - Problématiques rencontrées
 - Origine des difficultés
 - Besoins exprimés
 - Besoins cachés
 - Organisation humaine et technique

Jour 6 – Préparer sa négociation commerciale (7 heures, 1 jour)

- Adapter son argumentaire au client

Décliner la stratégie de développement du portefeuille client

- Créer un lien entre l'offre et les besoins identifiés
- Préparer des arguments spécifiques
- Anticiper les questions et les objections

Module 4 – Conduire une négociation commerciale (14 heures)

Jour 7 : Repérer et décoder les stratégies d'influence lors de la négociation (7 heures)

- Le diagnostic de la situation de négociation
- Les jeux d'influence
- La notion de directivité
- Le pouvoir décisionnel
- Les différentes familles d'interlocuteurs
- Les critères de décision d'achat
- Application : Comprendre les facteurs clés de succès d'une négociation

Jour 8 : Concevoir une proposition commerciale (7 heures)

- La méthode C.A.M : Concevoir, Arbitrer, Modéliser
- L'identification et la reformulation de la problématique du prospect
- La formulation de l'offre
- La présentation orale de l'offre
- Les causes d'échec
- Application : Concevoir et défendre une proposition commerciale
- Respecter les CGV et la réglementation en vigueur.

Accompagnement à la rédaction du dossier professionnel (1h45)

Présentiel

- Répondre aux interrogations potentielles
- Faire un point d'avancement
- Mise en place d'actions correctives le cas échéant

Accessibilité

Cette formation est accessible dans un délais de 15 jours. Elle est aménageable sur demande à un public en situation de handicap. Pour toutes demandes, merci de nous adresser un mail à ragavane.n@gmail.com ou de nous appeler au 07 49 60 57 72



Décliner la stratégie de développement du portefeuille client

Prix :

- 2990 € / personne net de taxes (organisme exonéré de TVA en vertu de l'article 261-4-4°-a du Code Général des Impôts)
- Sur devis pour un groupe