

## Programmes de Formations

<b>A) DONNER UN NOUVEL ELAN A VOTRE ENTREPRISE</b>	
<b>Profil du formateur</b> <b>Virginie ORSI</b>	Depuis 2002, dans l'entrepreneuriat, ancienne commerçante-artisan, consultante et formatrice en développement d'activité par la relation client
<b>Durée</b>	14 jours (7 heures/jour → total de 98 heures)
<b>Pré requis</b>	Entreprise en activité depuis au moins 6 mois
<b>Objectifs</b>	<b>Savoir analyser et piloter son activité avec aisance</b>
<b>Public concerné</b>	Entrepreneurs, dirigeants de TPE /PME qui souhaitent développer leurs stratégies commerciales et améliorer leur relation clients
<b>Programme</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <u>Autodiagnostic commercial et organisationnel</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Récupérer ses indicateurs pour analyser les différents taux de transformation</li> <li>- Ressortir les éléments positifs et négatifs de l'année passée</li> <li>- Identifier les pistes d'amélioration des taux de transformation de chaque étape du parcours client</li> </ul> </li>   <li>2. <u>Le pitch : construire son offre et savoir la vendre</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Matérialiser un discours clair et efficace</li> <li>- Décortiquer l'offre commerciale</li> <li>- Argumenter efficacement en repérant les motivations de l'acheteur</li> </ul> </li>   <li>3. <u>Travailler sa posture commerciale</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Explorer les différentes étapes du processus d'achat</li> <li>- Identifier le positionnement de son client dans le processus d'achat</li> <li>- Savoir prendre en considération le positionnement du client</li> </ul> </li>   <li>4. <u>Construire son parcours client pour améliorer l'expérience client</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Redéfinir le parcours client</li> <li>- Matérialiser les étapes importantes de la relation client au vu de son analyse</li> <li>- Construire son propre parcours client</li> </ul> </li>   <li>5. <u>Automatiser son activité pour se recentrer sur sa relation client</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Déterminer les outils nécessaires à « l'industrialisation » de son activité</li> <li>- Construire les outils de son parcours client</li> <li>- Sensibiliser à l'utilisation de certains outils numériques</li> </ul> </li>   <li>6. <u>Le plan d'actions commerciales de son année</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Construire son plan d'actions commerciales</li> <li>- Déterminer son objectif global, ses choix et ses systèmes</li> <li>- Présenter et pré sélectionner des différents systèmes de prospection</li> <li>- Présenter et pré sélectionner des différents systèmes de communication</li> <li>- Déterminer les différents systèmes de prospection et de Communication</li> </ul> </li> </ol>

[virginie.orsi@relationelle.fr](mailto:virginie.orsi@relationelle.fr) / [contact@elan-maison-entrepreneuriale.fr](mailto:contact@elan-maison-entrepreneuriale.fr)

[www.relationelle.fr](http://www.relationelle.fr) / [www.elan-maison-entrepreneuriale.fr](http://www.elan-maison-entrepreneuriale.fr)

Fixe : 04-48-90-00-38 / Portable : 06-10-78-84-86

### 7. Focus sur les systèmes de prospections et communications

- Déterminer les réseaux professionnels en fonction de son activité
- Construire son processus de prospection en réseau
- Construire son discours pour une démarche de phoning
- Travailler sa posture en « porte à porte »
- Sélectionner les réseaux sociaux en fonction de son activité
- Créer du lien entre les réseaux sociaux et les réseaux professionnels

### 8. La vente additionnelle au service de son client

- Définir la vente additionnelle et complémentaire
- Comprendre les motifs de l'achat les envies et besoins de mon client
- Découverte client : Sensibilisation aux questions ouvertes
- Adapter son offre au besoin client
- Marketing de l'offre, présentation des linéaires
- Mise en avant des promotions

### 9. Mener et réussir ses rencontres commerciales

- Analyser le contenu d'une rencontre commerciale pour plus d'efficacité
- Construire sa trame de rencontre (cadre théorique et pratique) et des questions de diagnostic à poser pour mieux comprendre les besoins du prospect

### 10. Organiser un évènement professionnel dans son entreprise

- ✓ Matérialiser le projet et les objectifs de l'évènement
  - ✓ Construire le scénario de l'évènement (qui, quand, où, quels sont les messages à transmettre...)
- ✓ Réaliser son évènement
  - ✓ Rédiger le cahier des charges de l'évènement
  - ✓ Sensibiliser à l'importance des partenariats
  - ✓ Lister les besoins opérationnels
- ✓ Construire son retroplanning
  - ✓ Organiser et gérer son évènement dans un temps donné
  - ✓ Mettre en œuvre les actions à réaliser
- ✓ Analyser et suivre le post évènement
  - ✓ Matérialiser les indicateurs d'évaluation de l'évènement
  - ✓ Lister les étapes post évènement (suivi commercial)

### 11. Formation communication et réseau

- ✓ Savoir développer sa marque professionnelle
  - ✓ Bien se connaître pour mieux se présenter
- ✓ Matérialiser les intérêts des réseaux sociaux pour son activité
  - ✓ Définir les différents objectifs de sa présence sur les réseaux sociaux
  - ✓ Choisir les réseaux sociaux en fonction de son activité
- ✓ Définir les persona marketing (profil client) pour mieux les toucher
  - ✓ Définition d'une persona,

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Elaborer les persona marketing de chacun</li> <li>✓ Formaliser sa stratégie éditoriale             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Se positionner comme expert dans son domaine (le social selling) dans sa stratégie</li> <li>✓ Elaborer sa stratégie éditoriale</li> </ul> </li> </ul> <p><b>12. <u>Le parallèle entre les réseaux sociaux et les réseaux présentiels</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Déterminer les différents objectifs de ma présence</li> <li>- Choisir les réseaux sociaux en fonction de son activité</li> <li>- Savoir développer son réseau de contacts</li> <li>- Faire savoir ce que je fais et comment je le fais</li> </ul> <p><b>13. <u>Management d'équipe et communication en entreprise</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Développer l'écoute active pour gérer ses équipes</li> <li>- Coconstruire des solutions en équipe au service de l'expérience client</li> <li>- Mettre en place les actions et les process pour l'amélioration de la relation client</li> </ul> <p><b>14. <u>Travailler votre processus de recrutement commerciale / com</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Construire son processus en amont de recrutement             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Déterminer ses besoins en entreprise</li> <li>✓ Déterminer un profil idéal</li> <li>✓ Déterminer une fiche de mission</li> <li>✓ Elaborer une fiche de poste</li> </ul> </li> <li>➤ Construire son processus de recrutement             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Déterminer le processus de recherche</li> <li>✓ Lire et trier un panel de CV</li> <li>✓ Construire une pré évaluation de candidats</li> <li>✓ Analyser et présélectionner les candidats</li> </ul> </li> <li>➤ Choisir son candidat idéal             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Construire les différents outils d'évaluation du candidat</li> <li>✓ Déterminer les critères de savoir être et savoir-faire, et les analyser</li> <li>✓ Choisir votre candidat en fonction des évaluations et des critères de sélection</li> </ul> </li> </ul>
<b>Méthodes pédagogiques</b>	Pédagogie active et participative seront privilégiées : diaporama, échanges d'expériences, vidéo, jeu de rôles, fiche d'exercice par le questionnement, restitution en collectif, support pédagogique sera remis en fin de formation, quizz
<b>Moyens d'appréciation de l'action et modalités d'évaluation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Questionnaire critères de positionnement avant et après la formation</li> <li>➤ Questionnaire de progression des acquis en début de formation</li> <li>➤ Enquête de satisfaction</li> <li>➤ Questionnaire évaluation à chaud satisfaction de fin de formation pour les stagiaires</li> <li>➤ Questionnaire à froid Manager ou prescripteur</li> <li>➤ Questionnaire satisfaction financeur (ex : OPCO)</li> </ul>
<b>Suivi de l'action</b>	Feuille de présence par demi-journée



<b>Effectif</b>	En inter : ✓ Minimum 6 participants ✓ Maximum 15 participants En intra : ✓ Minimum 1 participants ✓ Maximum 12 participants
<b>Date de mise à jour</b>	Version 10-2022

[virginie.orsi@relationelle.fr](mailto:virginie.orsi@relationelle.fr) / [contact@elan-maison-entrepreneuriale.fr](mailto:contact@elan-maison-entrepreneuriale.fr)  
[www.relationelle.fr](http://www.relationelle.fr) / [www.elan-maison-entrepreneuriale.fr](http://www.elan-maison-entrepreneuriale.fr)  
Fixe : 04-48-90-00-38 / Portable : 06-10-78-84-86

Eurl au Capital social de 1000€, 19 Chemin du Piollier, 38800 Champagnier  
84049922200031 RCS Grenoble - APE 7022Z - OF 84380702938