

# Formation sur mesure

Chaque module de formation peut être décliné comme une formation à lui seul.



Présentiel



Inter / Intra



Durée : 7 heures/ par modules  
Chaque module représente une journée de formation



Tarif en inter : 450 € HT /j  
Tarif en intra : 1 000 € HT /j



Effectif : à partir de 1 participant



Mise à jour : 04-2023

Vous pouvez constituer votre formation sur mesure en sélectionnant chaque module répondant aux différents besoins. Nous proposons cinq formations à partir de ces 15 modules afin de répondre au mieux aux différentes problématiques de formation des entreprises.

## MODULE 1

### Cohérence entre porteur et projet

- Être en cohérence avec son projet
- Déterminer les motivations profondes d'un projet
- Définir propres convictions pour cette réalisation
- Définir les éléments positifs et négatifs du projet

## MODULE 2

### Autodiagnostic commercial et organisationnel

- Récupérer ses indicateurs pour analyser les différents taux de transformation
- Ressortir les éléments positifs et négatifs de l'année passée
- Identifier les pistes d'amélioration des taux de transformation de chaque étape du parcours client

## MODULE 3

### Le pitch : construire son offre et savoir la vendre

- Matérialiser un discours clair et efficace
- Décortiquer l'offre commerciale
- Argumenter efficacement en repérant les motivations de l'acheteur

## MODULE 4

### Travailler sa posture commerciale

- Explorer les différentes étapes du processus d'achat
- Identifier le positionnement de son client dans le processus d'achat
- Savoir prendre en considération le positionnement du client

## MODULE 5

### Construire son parcours client pour améliorer l'expérience client

- Redéfinir le parcours client
- Matérialiser les étapes importantes de la relation client au vu de son analyse
- Construire son propre parcours client

## MODULE 6

### Automatiser son activité pour se recentrer sur sa relation client

- Déterminer les outils nécessaires à « l'industrialisation » de son activité
- Construire les outils de son parcours client
- Sensibiliser à l'utilisation de certains outils numériques

## MODULE 7

### Le plan d'actions commerciales de son année

- Construire son plan d'actions commerciales
- Déterminer son objectif global, ses choix et ses systèmes
- Présenter et pré sélectionner des différents systèmes de prospection
- Présenter et pré sélectionner des différents systèmes de communication
- Déterminer les différents systèmes de prospection et de communication

## MODULE 8

### 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

## MODULE 9

### 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

## MODULE 10

### 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

## MODULE 11

### Organiser un évènement professionnel dans son entreprise

- Matérialiser le projet et les objectifs de l'évènement
- Réaliser son évènement
- Construire son retroplanning
- Analyser et suivre le post évènement

## MODULE 12

### Formation communication et réseau

- Savoir développer sa marque professionnelle
- Matérialiser les intérêts des réseaux sociaux pour son activité
- Définir les persona marketing (profil client) pour mieux les toucher
- Formaliser sa stratégie éditoriale

## MODULE 13

### Le parallèle entre les réseaux sociaux et les réseaux présentsiels

- Déterminer les différents objectifs de ma présence
- Choisir les réseaux sociaux en fonction de son activité
- Savoir développer son réseau de contacts
- Faire savoir ce que je fais et comment je le fais

## MODULE 14

### Management d'équipe et communication en entreprise

- Développer l'écoute active pour gérer ses équipes
- Coconstruire des solutions en équipe au service de l'expérience client
- Mettre en place les actions et les process pour l'amélioration de la relation client

## MODULE 15

### Travailler votre processus de recrutement commerciale et/ou de communication

- Construire son processus en amont de recrutement
- Construire son processus de recrutement
- Choisir son candidat idéal