

DÉCLINER LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DU PORTEFEUILLE CLIENT

MAÎTRISER LE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DE SON ACTIVITÉ





CPF

-  **60 heures (9 jours)**  **France**  **Délai d'accès : 15 jours**  **3.000€ net /Apprenant**
-  **Formation accessible sur demande**  **Entre 4 et 12 apprenants par session**

PROGRAMME

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.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

-  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 cibles clients en collaboration avec le service marketing
-  Elaborer une approche de négociation commerciale pour un prospect/client
-  Conduire une négociation commerciale avec un prospect/client

PROFIL DES BÉNÉFICIAIRES

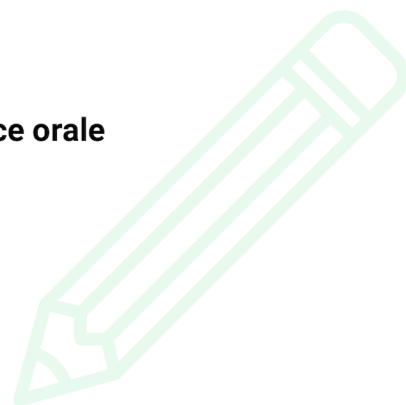
Pour qui ?

- Toute personne en charge du développement commercial de son entreprise

Pré-requis

- Être titulaire d'un titre ou diplôme de niveau 5, bac+2, ou d'un diplôme équivalent (diplôme étranger ou,
- Avoir validé 120 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 minimum de 36 mois ou,
- Toute personne ayant au moins 3 années d'expérience en relation client et ou développement commercial ou souhaitant devenir un entrepreneur

CONTENU DE LA FORMATION



● Introduction (2 heures) - Le dossier professionnel et la soutenance orale

Attendus
Construction
Formalisme
Objet d'études

● Piloter le déploiement de ses actions commerciales

Identifier ses cibles

Trouver des prospects
La base de données
Le fichier de prospect
La typologie de prospects
L'organisation de la prospection clientèle
Le plan de prospection

Définir ses objectifs

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

Préparer son argumentaire

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)

● Participer à la conception d'une action de communication

Travailler en collaboration avec les spécialistes du marketing

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 bons canaux de communication (presse, digital, radio, télévision)

Définir ses indicateurs de performance (ROI, visibilité, lead nurturing...)

Mettre en place sa campagne de communication

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

Préparer ses négociations commerciales

Comprendre le besoin de son client

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

Préparer sa négociation commerciale

Adapter son argumentaire au client

Créer un lien entre l'offre et les besoins identifiés

Préparer des arguments spécifiques

Anticiper les questions et les objections

Conduire une négociation commerciale

Repérer et décoder les stratégies d'influence lors de la négociation

Le diagnostic de la situation de négociation

Les jeux d'influence

La notion 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

Concevoir une proposition commerciale

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

Epreuve de certification

Soutenance orale de son dossier professionnel

ÉQUIPE PÉDAGOGIQUE







Christine Simon est la responsable pédagogique et la référente handicap de la structure. Elle dispose de plus de 20 ans d'expérience dans le domaine de la formation professionnelle continue et forme dans différents domaines, dont en Commercial. Cheffe d'orchestre de l'organisme, elle s'assure de la bonne mise en œuvre de chacune des formations proposées à ses clients.

Les formatrices et formateurs de l'organisme sont des professionnels du domaine sur lequel ils interviennent (des professionnels au service des professionnels). Sur cette formation, ils sont experts dans le domaine du Commercial, de la vente et de la stratégie de développement.

SUIVI DE L'EXÉCUTION ET ÉVALUATION DES RÉSULTATS

- ☑ Test d'entrée et test de sortie (évaluation des compétences acquises)
- ☑ Feuilles de présence
- ☑ Certification de compétence et/ou certificat de réalisation
- ☑ Dossier Professionnel
- ☑ Badge de validation des compétences
- ☑ Soutenance Orale

RESSOURCES TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

-  Test de positionnement
-  Supports de formations visuels
-  Exposés théoriques, études de cas, mise en situation
-  Quiz en salle
-  Pédagogie active
-  Tutorat d'accompagnement pour préparer la soutenance écrite et orale

MODALITÉ DE CERTIFICATIONS

Résultats attendus à l'issue de la formation

- ▶ Cette formation prépare à la certification "Décliner la stratégie de développement du portefeuille client" (BC02), détenue par l'organisme certificateur ESGCV et inscrite auprès de France Compétences sous la référence "RNCP36610". ESGCV est l'organisateur des épreuves de certification.

Modalité d'obtention

- ▶ Vous obtiendrez la certification après avoir validé l'ensemble des compétences attendues au travers d'une épreuve composée d'une rédaction d'un dossier professionnel et d'une soutenance orale sur un sujet de votre choix et d'un échange avec le jury. Délivrance d'une certification de réalisation.

Détails sur la certification

- ▶ Cette formation prépare à la validation du Certificat de Compétence "Décliner la stratégie de développement du portefeuille client" du titre de "Responsable du développement commercial délivré par ESGCV- Niveau 6, enregistré au RNCP en date du 1er juillet 2022 pour une durée de trois ans.

ACCESSIBILITÉ

Formation aménageable sur demande à un public en situation de handicap.
Pour toutes demandes, merci de nous adresser un mail à hello@lespratiques.fr.

Pour toutes demandes, merci de nous contacter directement.

- ▶ Taux d'obtention de la certification : *en cours*

SECTEUR D'ACTIVITÉ & TYPE D'EMPLOI

Secteur d'activités

- ▶ Le Responsable du développement commerciale peut évoluer dans tous les types de structures ainsi que dans de nombreux secteurs d'activité dès lors qu'un produit ou service est proposé.

Type d'emplois accessibles

- ▶ Les intitulés métiers du Responsable du développement commercial sont variés et peuvent différer selon les domaines et structures dans lesquels il évolue.
Business developer - Responsable commercial - Responsable grands comptes ou comptes clés - Responsable partenariat - Responsable clientèle - Responsable des ventes - Chef de vente - Chef de secteur/zone - Responsable de secteur - Chargé d'affaires - Conseiller commercial - Consultant commercial

STATISTIQUES

Année d'obtention de la certification	Nombre de certifiés	Nombre de certifiés à la suite d'un parcours VAE	Taux d'insertion global à 6 mois (en %)	Taux d'insertion dans le métier visé à 6 mois (en %)	Taux d'insertion dans le métier visé à 2 ans (en %)
2021	718	1	92	67	-
2020	279	1	89	71	-
2019	215	0	96	80	79

Source : Fiche RNCP36610