

Booster le développement de son entreprise - A distance

L'objectif permanent d'une entreprise se pérenniser : conquérir de nouveaux clients et les fidéliser. Aujourd'hui plus que jamais, dans un contexte Volatile, Incertains, Complexe et Ambigu attirer sa cible prospect et savoir la convertir en client est une nécessité pour être plus impactant et proposer ses produits et services avec plus de marge et plus de rentabilité.

Nous vous donnons les clés pour bâtir en 6 étapes une offre impactante, définir votre client idéal, partir en conquête, construire un éco système booster, mettre une approche relationnelle humaine, savoir convertir vos prospects en clients et amorcer un processus de croissance de clientèle.

Durée: 14.00 heures

Profils des stagiaires

- Dirigeants d'entreprise
- Proches collaborateurs
- Postes commerciaux
- Créateurs

Prérequis

- Aucun

Objectifs pédagogiques

- Être conscient de l'utilité de son offre pour être plus impactant
- Savoir où et comment trouver des prospects
- Disposer d'une boîte à outils et de réflexes tout au long du processus de l'entreprise
- Bâtir une culture commerciale dans son entreprise
- Optimiser ses activités commerciales pour développer son chiffre d'affaires en préservant ses marges.
- Gagner en assurance dans les entretiens et relations avec la clientèle, notamment avec les personnalités difficiles
- Développer sa confiance en soi pour être plus impactant et persuasif avec sa clientèle

Contenu de la formation

- **MODULE 1 : La performance commerciale : facteur clé de réussite du lancement de son business**
 - Échange d'expériences : comment faites-vous pour capter de la clientèle ? Quels sont les freins ? Qu'est ce qui fonctionne ?
 - Diagnostiquer son efficacité commerciale
 - Valider la mission de l'entreprise et son utilité sur son marché
 - Avant toute démarche : Être conscient et convaincu de l'utilité de son offre de produits et services sur son marché
 - Connaître les offres concurrentes.
 - Des clients...oui, mais combien en faut-il : Savoir déterminer des objectifs cohérents
 - Connaître le chiffre d'affaires à réaliser, un préalable à toute action
 - Savoir cibler son marché
 - Être conscient de sa valeur : je vends des heures ou de la valeur ?
- **MODULE 2 : Atteindre son marché : un impératif pour se faire connaître**
 - Les outils de communications traditionnels
 - Utiliser les nouveaux outils de communication : média et réseaux sociaux, site web, e mailing

- Être conscient de son réseau : le consolider et le développer.
- Entretenir et développer son réseau : La prescription – Le référencement – Le parrainage- Partenariat
- Prospecter : l'action incontournable
- Définir la cible de prospection et la rechercher
- Quand et comment prospecter
- **MODULE 3 : Développer une culture commerciale dans l'entreprise**
 - Le dirigeant de la TPE : le 1er commercial de la société
 - La dimension psychologique de la démarche commerciale
 - Orienter l'équipe vers la clientèle : « nous sommes tous des commerciaux »
 - Cultiver la proximité avec ses clients.
 - Conquérir sa clientèle par des actions terrain
- **MODULE 4 : La négociation**
 - Bâtir un argumentaire et vendre sa spécificité
 - Savoir différencier la demande et le besoin
 - Découvrir les besoins fondamentaux : le modèle EETAP
 - Préparer l'entretien prospect
 - Les pièges de l'entretien
 - La posture
 - Le déroulement de l'entretien de vente
 - Savoir se positionner par rapport au prospect ou au client
- **MODULE 5 : Le closing**
 - Faire la liaison avec la phase de découverte Le closing (savoir conclure et convertir le devis ou la propale)
 - Présenter son offre pas à pas
 - Détecter les pièges
 - Savoir répondre aux objections
 - Closer ou conclure
- **MODULE 6 : Croître**
 - La vente renversée
 - Augmenter son panier moyen
 - Fidéliser et programmer des actions futures
 - Vendre des prescriptions
 - Faire de ses clients et partenaires des ambassadeurs : amorcer le cercle vertueux de croissance

Organisation de la formation

Equipe pédagogique

Gérard ENGGASSER
Laetitia OCCHIPINTI

Moyens pédagogiques et techniques

- Documents supports de formation projetés.
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets
- Mise à disposition de documents supports à la suite de la formation.
- Plateforme formation e-learning avec accès personnels

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence.
- Questions orales ou écrites (QCM).
- Mises en situation.
- Formulaire d'évaluation de la formation.