



JUST FORMATION
Centre de Vie Agora,
Z.I Les Paluds, bât B
13400 AUBAGNE
☎ 07.64.38.70.82
✉ justformation13@gmail.com

PROGRAMME DE FORMATION : DÉVELOPPEMENT DE CLIENTÈLE

A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

Profil du stagiaire : Toute personne ayant un contact commercial.

Pré requis : Aucun.

QUEL EST LE BUT DE CETTE FORMATION ?

Objectifs de la formation : Donner une direction commerciale et développer sa propre identité. Mettre en plan un plan de communication sur différentes cibles. Délimiter les cibles.

Finalité de l'action de formation : Attestation de fin de formation

DURÉE ET MODALITÉS DE LA FORMATION

Durée de la formation : Entre 14h à 21h (selon le niveau du stagiaire).

Dates et horaires de la formation : Nous contacter

Mode de formation : À distance ou en présentiel (nous contacter)

Lieu de la formation : Au centre de formation, dans l'entreprise du client ou à distance.

Accessibilité aux personnes handicapées :

En centre : accès aux personnes à mobilité réduite.

En entreprise : en fonction des locaux du client.

Pour toutes adaptations de la formation contactez le référent handicap : Marion MEINERIE 07 64 38 70 82.

Modalités d'inscription :

Remplir le formulaire de contact du site

Délais d'inscription à la formation

Jusqu'à 2 semaines, avant la date de début de formation.

Nombre de participants maximum par session

6 stagiaires maximum par groupe.

Qualification des intervenants :

Formateur confirmé.

CONTENU DE LA FORMATION

GENERALITES SUR L'ACCUEIL ET L'ENTRETIEN

- Utiliser l'écoute active
- Utiliser la reformulation
- Mailing : Planifier l'opération, cibler les destinataires. - Concevoir un contenu attractif du message. Ce contenu sera bien sûr différent selon qu'il s'agit d'un mailing classique, d'un fax-mailing ou d'un e-mailing.
- Téléphone : Le téléphone est un outil qui a ses particularités ; vous voulez vendre un rendez-vous et non un produit. Planifier l'opération, cibler les destinataires. - Il faut bâtir les outils d'aide : des parades aux barrages des standardistes, un argumentaire. - Le téléphone est un outil de prospection présentant généralement le meilleur rapport qualité/prix
- Visites de prospect : Planifier l'opération, cibler les destinataires, un plan de tournée. - Il faut bâtir les outils d'aide : une argumentation, les réponses aux objections les plus courantes.
- Prospection passive (lorsque les prospects viennent à vous) : visiteurs de votre site Internet, visiteurs de votre stand lors d'une exposition...
- Le suivi est un élément déterminant du succès : Par la relance de prospect. Un mailing sans relance ne donnera qu'un résultat faible. A noter que le téléphone est un outil de relance présentant généralement le meilleur rapport qualité/prix. - Par la vérification des résultats : tableau de bord des visites et chiffre d'affaires, ratios, mise à jour du fichier.

QUI PROSPECTER ?

- Clientèle existante
- Trouver de nouveaux prospects
- Une réflexion sur la gestion de l'information commerciale s'impose
- Construire un fichier client/prospect

MOYENS ET ORGANISATIONS PÉDAGOGIQUES

Méthodes pédagogiques

Apports théoriques, présentations de cas & échanges d'expérience.

Moyens pédagogiques et techniques

Accueil des stagiaires dans une salle de formation dédiée, vidéoprojecteur, tableau blanc. Exercices, supports de formation écrits, vidéos, audios.

Documentation remise aux stagiaires

Supports pédagogiques

Encadrement pédagogique

Formation dirigée par un professionnel expérimenté dans le métier de la communication et animation de programmes en vente & management, avec une grande pratique de l'entreprise.

Mode d'évaluation et de suivi

Test de fin de formation

Tarifs

À partir de 60 € HT de l'heure, nous contacter pour un devis personnalisé

Contact

Mme Marion MEINER, I,

Directrice de Just Formation

Tél : 07.64.38.70.82

Mail : justformation13@gmail.com

Version janvier 2023 dernière mise à jour : 07/03/2023.