





## DÉVELOPPER SA CLIENTÈLE



SE FAIRE CONNAÎTRE  
ET VENDRE SES PRODUITS

## PROGRAMME

### JOUR 1

#### 1. Définir sa stratégie de prospection :

- établir son diagnostic commercial :
  - forces
  - contraintes
- opter pour une stratégie de communication :
  - notoriété
  - différenciation
  - promotion
- définir le type et le volume de clientèle visée
- choisir les outils et méthodes de la conquête client :
  - communication orale
  - communication média
  - communication hors média
- construire son fichier clients :
  - acheter ou louer un fichier de clients potentiels
- fixer les objectifs à atteindre et à mesurer

### JOUR 2

#### 2. Construire ses outils opérationnels :

- écrire sa propre communication en utilisant :
  - ses arguments
  - ses points forts
  - ses avantages concurrentiels
  - son "story telling"
- personnaliser les outils choisis pour son entreprise (visuel, téléphone, tract, promotion, salon, emailing, réseaux ...) :
  - oraux
  - média
  - hors média



## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Formation en présentiel

Méthodes actives et participatives par des applications et mises en situations réelles

Personnalisation des outils et méthodes proposés

Échanges entre participants et exposés du travail pour chaque entreprise

Remise d'un support pédagogique récapitulant toutes les notions abordées ainsi que les outils utilisés

## ÉVALUATION

Remise d'une attestation individuelle de formation

Questionnaire de satisfaction en fin de stage