



SE FAIRE CONNAÎTRE ET VENDRE SES PRODUITS

FORMATION COURTE - COMMERCIAL



DÉVELOPPER SA CLIENTÈLE

OBJECTIFS

- Définir sa cible et sa stratégie de communication
- Élaborer sa propre méthodologie et ses propres outils pour se faire connaître
- Contrôler l'impact des programmes de conquête

Développer sa clientèle est un impératif pour chaque entreprise :

- à sa création pour se faire connaître,
- durant son développement pour multiplier les clients,
- pour la pérennisation de son activité.

Le bouche à oreille ne suffit pas ! Une prospection active et continue est la clé de la réussite.

Cette formation vous apporte les outils et méthodes que vous personnaliserez selon votre situation et vos objectifs.

PRÉREQUIS

Maîtriser le socle de connaissances de base

PUBLIC

Chef d'entreprise artisanale
Conjoint collaborateur
Associé
Salarié

DURÉE

2 jours : 14 heures

INTERVENANT

Formateur Consultant spécialisé Marketing Vente et expert de la dynamisation commerciale des entreprises artisanales

DATES ET LIEUX

CMA Schiltigheim : 16 et 23 novembre 2020
CMA Mulhouse : nous consulter

TARIF

490 € * pour les chefs d'entreprise (*prise en charge par le Conseil de la Formation de la CRMA Grand Est sous réserve de budget disponible)

420 € * pour les salariés (*prise en charge totale ou partielle par les OPCO)

Se renseigner auprès de nos conseillères en formation

CONTACTS

Conseillères en formation :

→ BAS-RHIN

Angélique DIEUAIDE
03 88 19 79 18
infofc67@cm-alsace.fr

→ HAUT-RHIN

Agnès LUSTENBERGER
03 89 20 84 55
infofc68@cm-alsace.fr



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