

Objectif professionnel : cette formation vise à doter les participants des compétences et des outils pour maximiser la satisfaction client, fidéliser les entreprises partenaires et développer des relations durables.

Objectifs pédagogiques :

Analyser son portefeuille clients

Fidéliser les clients stratégiques

Construire une stratégie de développement

Conduire l'entretien de vente

Toute personne en charge du développement commercial en agence d'emploi

Prérequis : une première expérience commerciale ou en gestion de portefeuille clients

1. Analyser son portefeuille clients

Cartographier son portefeuille avec une matrice de segmentation (volume, potentiel, rentabilité)
Calculer la contribution de chaque client à sa marge : coût d'acquisition, cycle de vie, fréquence d'achat

Identifier les clients dormants et évaluer leur potentiel de réactivation rapide

Définir ses cibles prioritaires et leurs motivations d'achat (méthode SONCASE)

Construire une proposition de valeur différenciante par segment (méthode CAP)

Mettre en place un tableau de bord de suivi pour piloter les indicateurs clés

Modalités pédagogiques : atelier de cartographie, travail sur données réelles des participants, cas pratiques

2. Fidéliser les clients stratégiques

Concevoir un parcours client avec des points de contacts stratégiques

Développer un système d'alerte précoce basé sur 5 indicateurs de perte (ex : baisse du volume, allongement des délais, insatisfaction latente ou exprimée...)

Personnaliser les communications et le suivi des missions selon le profil client

Transformer les réclamations en opportunités : techniques de rebond commercial

Mettre en place un processus de feedback systématique pour nourrir l'amélioration continue

Modalités pédagogiques : construction d'un plan d'alerte, exercices de reformulation, jeux de rôle sur la gestion d'un mécontentement

3. Construire une stratégie de développement

Identifier les profils de clients à fort potentiel (secteur, taille, besoins récurrents)

Elaborer une stratégie de développement ciblée : canaux, fréquence, message

Elaborer un argumentaire différenciant face aux 3 principaux concurrents de sa zone

Développer des offres packagées par secteur d'activité

Modalités pédagogiques : ateliers de ciblage, rédaction d'un pitch différenciant

4. Conduire l'entretien de vente

Maîtriser les étapes de l'entretien :

préparation, découverte, argumentation, traitement des objections, conclusion

Pratiquer l'écoute active et s'adapter à son interlocuteur

Valoriser les prestations et défendre ses prix

Négocier en posture gagnant-gagnant

Sécuriser la prochaine étape (suivi, nouveau rendez-vous...)

Modalités pédagogiques : jeux de rôle avec feedback personnalisé, mises en situation

Groupe de 4 à 8 participants

Profil des formateurs consultable sur www.managir.com

Evaluation des compétences en début et en fin de formation. Mesure de satisfaction en fin de session. Mesure de satisfaction du donneur d'ordre à ± 8 jours, évaluation par « Avis Vérifiés » à ± 1 mois, mesure de satisfaction et d'impact à ± 3 mois. Possibilité de questionnaire complémentaire par mail pendant 30 jours.

INFORMATIONS ET INSCRIPTIONS

01 45 23 22 22 ou ggury@managir.com

Réf. 312.023
Version 290925

