

2 x 2 jours (28 h)

- **Effectif** : Min 4 / max 6 personnes
- **Présentiel**
- **Pré-requis** : Aucun
- **Intervenant** : Partenaires labellisés
- **Tarif** :
 - En intra : **1 600 €^{HT}/jour**
 - Hors frais de mission

Public visé

Dirigeant(e) d'entreprise et son équipe commerciale.

Objectifs pédagogiques

- ▶ Comprendre l'intérêt de mettre en place une stratégie relationnelle dans son entreprise
- ▶ Savoir élaborer la stratégie relationnelle
- ▶ Apprendre à analyser et à qualifier le portefeuille clients
- ▶ Développer ses compétences relationnelles pour créer plus de collaboration et de business

Contenu de la formation

Pourquoi est-il essentiel de construire une stratégie relationnelle ?

- ▶ La stratégie relationnelle : qu'est-ce que c'est et pourquoi est-ce adapté aux nouvelles pratiques commerciales ?
- ▶ Créer plus de valeur ajoutée en sélectionnant les clients à potentiel
- ▶ Savoir engager les clients en faveur des produits et/ou des prestations
- ▶ Savoir co-construire avec les clients

Mettre en place sa stratégie relationnelle

- ▶ Savoir qualifier le portefeuille selon la méthode SEWE
- ▶ La stratégie des 3 cercles (les cercles de coopération, de diffusion et d'adhésion) ou comment engager les clients sur les produits
- ▶ Analyser les informations pour optimiser les actions commerciales

Mise en pratique

- ▶ Écrire la stratégie relationnelle de l'entreprise et mettre en place préalablement l'outil SEWE de qualification relationnelle des contacts
- ▶ Échanges et ajustements

Opérationnaliser la stratégie relationnelle en engageant ses collaborateurs

- ▶ Décliner la stratégie relationnelle en objectifs court et moyen termes et définir les axes stratégiques
- ▶ Co-construire le plan d'actions en engageant les principaux collaborateurs
- ▶ Réfléchir aux indicateurs de réussite

Modalités pédagogiques

Le contenu de la formation peut être adapté et modulé en fonction des besoins et demandes spécifiques des apprenants dans le respect des objectifs de formation visés. Notre programme peut se décliner en INTRA, VISIO et SUR-MESURE.

Mise en pratique

- ▶ Formaliser le plan d'actions stratégique de l'entreprise pour le présenter à l'ensemble des collaborateurs
- ▶ Échanges et ajustements

Développer ses compétences relationnelles pour créer des liens pérennes et d'engagement avec les clients

- ▶ Quelles compétences pour quels résultats ?
- ▶ Diagnostic des compétences relationnelles des collaborateurs
- ▶ Création d'un référentiel commun sur les compétences relationnelles

Piloter la stratégie dans la durée

- ▶ Mettre en place un premier niveau de management pour piloter la stratégie relationnelle
- ▶ Organiser les revues stratégiques une fois par an
- ▶ Savoir faire évoluer sa stratégie relationnelle pour renforcer ses positions

Mise en pratique

- ▶ Formaliser le cadre de management pour le rendre dynamique.
- ▶ Échanges et ajustements

Évaluation

- ▶ Évaluation formative tout au long de la formation (exercices pratiques)
- ▶ Évaluation en fin de formation par un questionnaire de satisfaction
- ▶ Évaluation des acquis
- ▶ Formalisation d'un document décrivant le cadre stratégique retenu, les axes et plan d'actions stratégiques, les indicateurs et le management stratégique mis en place au sein de l'entreprise