

DURÉE

4 jours (28h)

EFFECTIF

Min. 4 / max. 6 personnes

PRÉ-REQUIS

Aucun

INTERVENANT

Partenaires labellisés

TARIF

En intra :

• **1 600 € HT/jour**

Hors frais de mission

En inter :

• **Nous consulter**

Public visé

- Dirigeant.e.s d'entreprise et leurs équipes commerciales

Objectifs pédagogiques

- Comprendre l'intérêt de mettre en place une stratégie relationnelle dans son entreprise
- Savoir élaborer sa stratégie relationnelle
- Apprendre à analyser et à qualifier son 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 ?**

- Comprendre ce qu'est la stratégie relationnelle et pourquoi elle est adaptée aux nouvelles pratiques commerciales
- Créer plus de valeur ajoutée pour le client en sélectionnant les clients à potentiel
- Engager ses clients en faveur de ses produits et/ou de ses prestations
- Co-construire avec ses clients

Mettre en place sa stratégie relationnelle

- Qualifier son portefeuille selon la méthode SEWE
- Stratégie des 3 cercles (de coopération, de diffusion et d'adhésion) : comment engager ses clients sur ses produits ?
- Analyser les informations pour optimiser ses actions commerciales

La mise en pratique

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

Opérationnaliser sa stratégie relationnelle en engageant ses collaborateurs

- Décliner sa stratégie relationnelle en objectifs à court et moyen termes
- Définir ses axes stratégiques
- Co-construire le plan d'actions en engageant ses principaux collaborateurs
- Déterminer les 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.

La 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 ses clients

- Quelles compétences pour quels résultats ?
- Diagnostiquer les compétences relationnelles des collaborateurs
- Créer un référentiel commun sur les compétences relationnelles

Piloter sa stratégie dans le temps

- Mettre en place un premier niveau de management pour piloter la stratégie relationnelle
- Organiser les revues stratégiques annuelles
- Faire évoluer sa stratégie relationnelle pour renforcer ses positions

La mise en pratique

- Formaliser son 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 le plan d'actions stratégique, les indicateurs ainsi que le management stratégique mis en place au sein de l'entreprise