

BATIR SA PROPOSITION DE VALEUR

L'objectif de cette formation est de comprendre et savoir construire une « Proposition de Valeur » ou « CVP » (Customer Value Proposal) en toute autonomie pour un segment de clientèle préalablement ciblé.

PUBLIC CONCERNE

- ▶ Responsables Marketing débutants
- ▶ Assistant(e)s Marketing
- ▶ Managers d'entreprises ou d'unité opérationnelles ne disposant pas de ressources marketing internes
- ▶ Responsales Commerciaux

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation les stagiaires seront capables de :

- ▶ D'identifier le ou les segments de clientèle pour lesquels il est pertinent de bâtir une proposition de valeur (voir aussi la formation « Segmenter et cibler sa clientèle »).
- ▶ De comprendre l'intérêt d'une proposition de valeur pour le développement de leur activité.
- ▶ De construire une proposition de valeur complète et pertinente en ligne avec les besoins de leurs clients.

PRE-REQUIS

Pas de prérequis spécifique

DUREE ET MODALITES PRATIQUES DE LA FORMATION

Durée : 1 jour (7 heures) pour la théorie et la mise en pratique sur une proposition de valeur + en option à la carte un accompagnement à la ½ journée (distanciel ou présentiel) pour l'élaboration d'autres propositions de valeur.

Modalités pratiques : Présentiel (de préférence) ou distanciel.

Nombre de stagiaires : entre 4 et 8

FORMATEURS

- ▶ Franck POUZET – Frédéric DELORD – Jean-Bernard SALVAN - Patricia DUBOIS – Carole ROUSSEL
- ▶ Tous de niveau senior et ayant occupés des postes de Manager Marketing et/ou Commercial et étant encore en contact permanent avec le monde de l'entreprise.

MOYENS PEDAGOGIQUES & TECHNIQUES

- Après une courte partie théorique, l'essentiel de la formation se fera autour d'un cas pratique spécifiquement préparé dans le contexte du Client.
- Une méthodologie et des outils spécifiques sont utilisés. Cette méthode et ces outils sont remis aux stagiaires en fin de formation et sont réutilisables.
- Retours d'expérience du/de la formateur/trice.

Théorie : 30%
Pratique : 70%
Langue(s) : Français

TARIF : 1 900€ HT / jour – autres formats et déclinaisons sur mesure sur devis (nous contacter).

DISPONIBILITE DE REALISATION : dans le mois qui suit la commande sous réserve de la disponibilité d'un(e) formateur/trice.

MODALITES DE SUIVI ET MODE D'EVALUATION

- Questionnaire de satisfaction et d'évaluation à chaud.
- Revue de feed back post formation sur la base des Propositions de valeur réalisées.

CONTENU DE LA FORMATION / DEROULE

Matin / Après-midi

- La notion de segment de clientèle homogène.
- Qu'est-ce qu'est une « Proposition de valeur » (CVP) ?
- Pourquoi est-ce important de construire une CVP précise et structurée ? A quoi sert-elle ? Comment utiliser son contenu au quotidien dans la relation clients/prospects ?
- Travail en mode atelier sur les différents contenus de la proposition de valeur :
 - Description du segment et des principaux interlocuteurs au sein du segment
 - Résumé synthétique de la CVP pour ce segment
 - Identification et priorisation des besoins Client
 - Eléments de réponse de l'Entreprise aux besoins Client → Eléments clés / Eléments de preuve
 - Bénéfices Client (tangibles et intangibles) afférents aux éléments clés de l'offre
 - Les éléments différenciant de la CVP