

SEGMENTER & CIBLER SON PORTEFEUILLE CLIENT

L'objectif de cette formation est de faire comprendre l'importance d'une approche segmentée de son marché et de donner les clés pratiques pour réaliser la segmentation et la priorisation du développement de sa clientèle sur un marché donné.

PUBLIC CONCERNE

- ▶ Managers d'unité opérationnelles
- ▶ Commerciaux
- ▶ Business développeurs

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

A l'issue de la formation les stagiaires :

- ▶ Seront capables de sélectionner les critères de segmentation (accessibilité et attractivité) et de priorisation pour le développement de leur secteur.
- ▶ Maîtriseront la méthode permettant de classer leurs différentes cibles de clients par segments homogènes et pertinents
- ▶ Sauront prioriser leurs cibles de développement
- ▶ Auront acquis une autonomie dans le ciblage des typologies de clients à fidéliser et à développer.

PRE-REQUIS

Pour un résultat plus opérationnel → Être de préférence en charge d'une région / d'un secteur commercial

DUREE ET MODALITES PRATIQUES DE LA FORMATION

Durée (en jour et en heures): 1 jour ou 2 ½ journées (7h) + Séance de validation à froid du travail réalisé post-stage par les stagiaires (visio).

Modalités pratiques : présentiel ou distanciel

Nombre de stagiaires (à titre de recommandation) : entre 4 et 10

FORMATEURS

- ▶ Un formateur parmi : Frédéric DELORD – Franck POUZET – Jean-Bernard SALVAN – Pascal BERARDO
- ▶ 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

Le formateur alterne des apports méthodologiques, des exercices pratiques & opérationnels et du partage d'expérience.

Théorie : 20%

Pratique : 80%

Langue(s) : Français

Les stagiaires pratiquent et reçoivent une méthode et des outils pour réaliser la segmentation de leur clientèle et prioriser leur développement ('moulinette stratégique') qu'ils pourront réutiliser en toute autonomie.

TARIF : 1 900€ HT / jour – adaptation sur mesure du programme sur devis → nous contacter via le formulaire de contact.

DISPONIBILITE DE REALISATION : dans le mois qui suit la commande sous réserve de la disponibilité des animateurs

MODALITES DE SUIVI ET MODE D'EVALUATION

Questionnaire d'évaluation et de contrôle des connaissances à chaud.
Validation par le formateur de la pertinence de l'utilisation de l'outil de segmentation ('moulinette stratégique') à J+15 à 30.

CONTENU DE LA FORMATION

Matin

- Pourquoi segmenter sa clientèle ?
- Qu'est-ce qu'un segment de clientèle ?
- Critères de segmentation : différence entre critères d'attractivité / critères d'accessibilité
- Sélection des critères de segmentation

- Exercice appliqué à mon marché / mon secteur

Après-midi

- Présentation de l'outil de ciblage : la 'Moulinette stratégique'
- Exercice pratique de ciblage
- Comment utiliser les résultats du ciblage pour prospecter et fidéliser efficacement ?

Séance de validation post stage (J+ 15 à 30)

- Séance de validation avec le formateur (visio) du travail réalisé par le/les stagiaires (travail individuel ou collectif selon configuration de la population présente au stage)