



Les Ateliers CCIMP de la PERFORMANCE COMMERCIALE

En une journée, des réponses ciblées pour booster votre performance commerciale

OPTIMISER VOTRE PORTEFEUILLE CLIENTS

Objectifs

- Acquérir une méthode pour **analyser les informations sur votre marché**, votre clientèle
- Savoir choisir et **utiliser les techniques adaptées pour segmenter votre portefeuille clients**
- Disposer d'outils pour **mesurer la rentabilité de vos clients/prospects**
- Agir pour **accroître votre capital clients**

Public concerné

- Dirigeants de TPE, PME, tout secteur d'activités confondu
- Proches collaborateurs en charge du développement commercial.

Programme

- **Organiser de manière rationnelle votre portefeuille clients**
 - Quelle est votre organisation et pourquoi ?
 - Quels sont les critères qui vous paraissent essentiels ?
 - Comment établir une typologie ?
 - Comment segmenter, cibler votre clientèle ?
- **Evaluer les potentialités de votre marché**
 - Comment ? Avec quels outils ?
 - Pourquoi maîtriser votre environnement économique ?
 - Mettre en place des outils de veille (informative, concurrentielle, économique)
- **Exploiter les données de votre marché pour accroître votre capital clients**
 - Estimer votre potentiel client
 - Segmenter vos prospects : critères à prendre en compte
 - Qualifier vos prospects
 - Adapter votre offre
 - Modéliser votre offre en référence aux clients exigeants satisfaits

Moyens et méthodes pédagogiques

- Avant l'atelier, un questionnaire vous sera remis afin de faire un état des lieux de vos pratiques actuelles,
- Pendant la prestation, les outils utilisés sont très interactifs et font appel au vécu professionnel des participants. Cette approche se veut très pragmatique et prend en compte les attentes spécifiques exprimées par le groupe. Un livret de travail et des supports pédagogiques sont remis, avec exercices pratiques et tests.
- A l'issue de l'atelier, un livret « performance/réussite » est remis à chaque participant avec des priorités d'actions d'amélioration à mettre en œuvre

Modalités pratiques

- Horaires : **de 9h00 à 17h00**, déjeuner compris.
- Ouverture de la session à 8 participants,
- Lieu : **une des agences de la CCI Marseille Provence** (le lieu choisi est fixé en fonction de la localisation des entreprises inscrites).
- Dates : Session 1 : **24 juin 2008**
Session 2 : **13 novembre 2008**

Intervenants

- Alexandra et Marc BITOUN – **AMB Performance**, spécialisé dans l'accompagnement et la formation au Développement Commercial
- **Membre de Grand Delta Conseils** – Chambre professionnelle des conseils en entreprise

Contact

- Bernard Crouzet – bernard.crouzet@ccimp.com
- Marina Hutin – marina.hutin@ccimp.com
Pôle PME Zones d'Activités





Les Ateliers CCIMP de la PERFORMANCE COMMERCIALE

En une journée, des réponses ciblées pour booster votre performance commerciale

REDUIRE VOS COÛTS DE PROSPECTION : METHODES ET OUTILS

Objectifs

- ➔ Disposer d'une méthode très opérationnelle pour **réaliser une campagne de prospection efficace et rentable**
- ➔ Bénéficier des outils indispensables à la **réussite d'une action de prospection commerciale**.

Public concerné

- ➔ Dirigeants de TPE, PME, tout secteur d'activités confondu
- ➔ Proches collaborateurs en charge du développement commercial.

Programme

- ➔ **Mesurer le coût global des actions de prospection**
 - Quels types d'actions de prospection ?
 - Diagnostic des actions,
 - Identification des postes de coûts,
 - Coûts des différents canaux.
- ➔ **Apprécier le R.O.I. (return on investment) d'une action de prospection**
 - Coûts et délais d'acquisition d'un nouveau client,
 - Comment anticiper sur les retombées immédiates ou à plus long terme,
 - De la prospection à la gestion de campagne,
 - L'évaluation d'une campagne.
- ➔ **Commercialiser au juste coût selon la valeur clients**
 - Définition d'une stratégie par types de clients,
 - Evaluation des méthodes d'approche,
 - Optimisation de l'effort de commercialisation.
- ➔ **Mettre en place un plan de prospection adapté avec tableau de bord et suivi opérationnel**
 - Que choisir ? Comment choisir ? Les indicateurs d'efficacité et les méthodes de décision,
 - Planifier son activité commerciale : être plus proactif que réactif,
 - Les actions de marketing direct : mailing, e.mailing, prise de rendez-vous, entretien commercial,
 - Les autres approches...

Moyens et méthodes pédagogiques

- ➔ Avant l'atelier, un questionnaire vous sera remis afin de faire un état des lieux de vos pratiques actuelles,
- ➔ Pendant la prestation, les outils utilisés sont très interactifs et font appel au vécu professionnel des participants. Cette approche se veut très pragmatique et prend en compte les attentes spécifiques exprimées par le groupe. Un livret de travail et des supports pédagogiques sont remis, avec exercices pratiques et tests.
- ➔ A l'issue de l'atelier, un livret « performance/réussite » est remis à chaque participant avec des priorités d'actions d'amélioration à mettre en œuvre

Modalités pratiques

- ➔ Horaires : **de 9h00 à 17h00**, déjeuner compris.
- ➔ Ouverture de la session à 8 participants,
- ➔ Lieu : **une des agences de la CCI Marseille Provence** (le lieu choisi est fixé en fonction de la localisation des entreprises inscrites).
- ➔ Date : **23 octobre 2008**

Intervenants

- ➔ Alexandra et Marc BITOUN – **AMB Performance**, spécialisé dans l'accompagnement et la formation au Développement Commercial
- ➔ **Membre de Grand Delta Conseils** – Chambre professionnelle des conseils en entreprise

Contact

- ➔ Bernard Crouzet – bernard.crouzet@ccimp.com
- ➔ Marina Hutin – marina.hutin@ccimp.com
Pôle PME Zones d'Activités





Les Ateliers CCIMP de la PERFORMANCE COMMERCIALE

En une journée, des réponses ciblées pour booster votre performance commerciale

MAITRISER LES PHASES CLES DE LA NEGOCIATION COMMERCIALE

Objectifs

- ➔ Disposer des techniques nécessaires à la **bonne compréhension et interprétation des besoins clients**
- ➔ **Traiter les principales objections rencontrées et les transformer en avantages clients**
- ➔ Posséder les outils pour **réussir une négociation commerciale**.

Public concerné

- ➔ Dirigeants de TPE, PME, tout secteur d'activités confondu
- ➔ Proches collaborateurs en charge du développement commercial.

Programme

- ➔ **Etre à l'écoute active de votre client pour mieux appréhender ses attentes**
 - Qu'est ce qu'une écoute active ? Les différents niveaux d'écoute, le questionnement, la reformulation,
 - La préparation plutôt que l'improvisation : une check list pour gagner en efficacité,
 - Attitudes et comportements à favoriser.
- ➔ **Utiliser les objections clients pour renforcer votre argumentation**
 - Identifier et gérer les objections : méthodologie,
 - Les objections/questions récurrentes,
 - S'approprier les bonnes réponses, adopter des automatismes gagnants.
 - Identifier les pièges tendus par l'acheteur : Quels pièges ? Comment les déjouer ?
- ➔ **Emporter l'adhésion du client**
 - La puissance de conviction des faits : « un exemple vivant maintient le prospect éveillé »
 - Bâtir et tenir son CAP (Caractéristiques, Avantages, Preuves),
 - S'adresser aux visuels, auditifs, kinesthésiques,
 - La communication verbale et non verbale.
- ➔ **Savoir conclure une négociation**
 - La suite logique et positive d'un processus,
 - De l'intérêt de savoir et d'oser formuler sa demande,
 - Des techniques de conclusion simples et efficaces.

Moyens et méthodes pédagogiques

- ➔ Avant l'atelier, un questionnaire vous sera remis afin de faire un état des lieux de vos pratiques actuelles,
- ➔ Pendant la prestation, les outils utilisés sont très interactifs et font appel au vécu professionnel des participants. Cette approche se veut très pragmatique et prend en compte les attentes spécifiques exprimées par le groupe. Un livret de travail et des supports pédagogiques sont remis, avec exercices pratiques et tests.
- ➔ A l'issue de l'atelier, un livret « performance/réussite » est remis à chaque participant avec des priorités d'actions d'amélioration à mettre en œuvre

Modalités pratiques

- ➔ Horaires : **de 9h00 à 17h00**, déjeuner compris.
- ➔ Ouverture de la session à 8 participants,
- ➔ Lieu : **une des agences de la CCI Marseille Provence** (le lieu choisi est fixé en fonction de la localisation des entreprises inscrites).
- ➔ Dates : Session 1 : **26 juin 2008**
Session 2 : **18 novembre 2008**

Intervenants

- ➔ Alexandra et Marc BITOUN – **AMB Performance**, spécialisé dans l'accompagnement et la formation au Développement Commercial
- ➔ **Membre de Grand Delta Conseils** – Chambre professionnelle des conseils en entreprise

Contact

- ➔ Bernard Crouzet – bernard.crouzet@ccimp.com
- ➔ Marina Hutin – marina.hutin@ccimp.com
Pôle PME Zones d'Activités





Les Ateliers CCIMP de la PERFORMANCE COMMERCIALE

En une journée, des réponses ciblées pour booster votre performance commerciale

BULLETIN D'INSCRIPTION

ENTREPRISE :
 DIRIGEANT :
 ADRESSE :
 CODE POSTAL : VILLE :
 TELEPHONE : PORTABLE : FAX:
 E.MAIL :
 SITE :
 ACTIVITE DETAILLEE:
 CODE NAF : EFFECTIF :

Frais de participation

- ➔ 400 € ht pour l'inscription à un atelier, soit 478,40 €ttc. Le repas est inclus.
- ➔ - 10 % sur la 2^e inscription
- ➔ - 20 % sur la 3^e inscription.

Ces ateliers sont éligibles aux fonds de formation continue, avec possibilité de prise en charge totale ou partielle par votre OPCA.

Je m'inscris à l'atelier « Optimiser votre portefeuille clients »

- Session 1 : le 24 juin 2008 Session 2 : le 13 novembre 2008

Je m'inscris à l'atelier « Maîtriser les phases clés de la négociation commerciale »

- Session 1 : le 16 juin 2008 Session 2 : le 18 novembre 2008

Je m'inscris à l'atelier « Réduire vos coûts de prospection : Méthodes et outils »

- Session : le 23 octobre 2008

Je souhaite recevoir des informations complémentaires

- OUI NON
 * Cochez la(es) case(s) correspondante(s)

Les règlements par chèque sont à établir à l'ordre de la CCI Marseille Provence.

CONDITIONS GENERALES DE VENTE

Article 1 : Inscription - L'inscription devient effective dès réception, par la CCI Marseille Provence, du bulletin d'inscription dûment complété. Toute option orale doit être confirmée, selon les conditions définies au paragraphe précédent. **Article 2 : Facture** - Chaque facture fait mention de la date de livraison du produit ou de la date, voire la période, d'exécution de la prestation. La CCI Marseille – Provence se réserve le droit d'exiger, pour toute première commande d'un client, le paiement par avance et par chèque du montant total de la commande. L'émission de la facture est considérée, dans ce cas, comme justificatif de l'opération. **Article 3 : Délai de paiement** - Le règlement s'effectue à l'inscription. Dans la cadre d'une prise en charge par un OPCA ou FAF, la convention de formation signée par le client tiendra lieu de bon de commande. **Article 4 : Escompte** - En cas de paiement anticipé, il ne sera pratiqué ni escompte, ni réduction de prix ou débours. **Article 5 : Annulation** - L'annulation d'une commande ne peut être prise en compte. Si la prestation a déjà été réglée par le client, l'annulation ne donne droit à aucun remboursement. Si la prestation reste due par le client, le montant total devra être versé par le client. **Article 6 : Litiges et règlement des conflits** - Tous litiges qui ne pourraient être réglés à l'amiable seront de la compétence exclusive du Tribunal Administratif de Marseille. En cas de litige avec un client étranger, la loi française sera seule applicable.



Les Ateliers CCIMP de la PERFORMANCE COMMERCIALE

En une journée, des réponses ciblées pour booster votre performance commerciale

OPTIMISER VOTRE PORTEFEUILLE CLIENTS

Objectifs

- Acquérir une méthode pour **analyser les informations sur votre marché**, votre clientèle
- Savoir choisir et **utiliser les techniques adaptées pour segmenter votre portefeuille clients**
- Disposer d'outils pour **mesurer la rentabilité de vos clients/prospects**
- Agir pour **accroître votre capital clients**

Public concerné

- Dirigeants de TPE, PME, tout secteur d'activités confondu
- Proches collaborateurs en charge du développement commercial.

Programme

- **Organiser de manière rationnelle votre portefeuille clients**
 - Quelle est votre organisation et pourquoi ?
 - Quels sont les critères qui vous paraissent essentiels ?
 - Comment établir une typologie ?
 - Comment segmenter, cibler votre clientèle ?
- **Evaluer les potentialités de votre marché**
 - Comment ? Avec quels outils ?
 - Pourquoi maîtriser votre environnement économique ?
 - Mettre en place des outils de veille (informative, concurrentielle, économique)
- **Exploiter les données de votre marché pour accroître votre capital clients**
 - Estimer votre potentiel client
 - Segmenter vos prospects : critères à prendre en compte
 - Qualifier vos prospects
 - Adapter votre offre
 - Modéliser votre offre en référence aux clients exigeants satisfaits

Moyens et méthodes pédagogiques

- Avant l'atelier, un questionnaire vous sera remis afin de faire un état des lieux de vos pratiques actuelles,
- Pendant la prestation, les outils utilisés sont très interactifs et font appel au vécu professionnel des participants. Cette approche se veut très pragmatique et prend en compte les attentes spécifiques exprimées par le groupe. Un livret de travail et des supports pédagogiques sont remis, avec exercices pratiques et tests.
- A l'issue de l'atelier, un livret « performance/réussite » est remis à chaque participant avec des priorités d'actions d'amélioration à mettre en œuvre

Modalités pratiques

- Horaires : **de 9h00 à 17h00**, déjeuner compris.
- Ouverture de la session à 8 participants,
- Lieu : **une des agences de la CCI Marseille Provence** (le lieu choisi est fixé en fonction de la localisation des entreprises inscrites).
- Dates : Session 1 : **24 juin 2008**
Session 2 : **13 novembre 2008**

Intervenants

- Alexandra et Marc BITOUN – **AMB Performance**, spécialisé dans l'accompagnement et la formation au Développement Commercial
- **Membre de Grand Delta Conseils** – Chambre professionnelle des conseils en entreprise

Contact

- Bernard Crouzet – bernard.crouzet@ccimp.com
- Marina Hutin – marina.hutin@ccimp.com
Pôle PME Zones d'Activités





Les Ateliers CCIMP de la PERFORMANCE COMMERCIALE

En une journée, des réponses ciblées pour booster votre performance commerciale

REDUIRE VOS COÛTS DE PROSPECTION : METHODES ET OUTILS

Objectifs

- ➔ Disposer d'une méthode très opérationnelle pour **réaliser une campagne de prospection efficace et rentable**
- ➔ Bénéficier des outils indispensables à la **réussite d'une action de prospection commerciale**.

Public concerné

- ➔ Dirigeants de TPE, PME, tout secteur d'activités confondu
- ➔ Proches collaborateurs en charge du développement commercial.

Programme

- ➔ **Mesurer le coût global des actions de prospection**
 - Quels types d'actions de prospection ?
 - Diagnostic des actions,
 - Identification des postes de coûts,
 - Coûts des différents canaux.
- ➔ **Apprécier le R.O.I. (return on investment) d'une action de prospection**
 - Coûts et délais d'acquisition d'un nouveau client,
 - Comment anticiper sur les retombées immédiates ou à plus long terme,
 - De la prospection à la gestion de campagne,
 - L'évaluation d'une campagne.
- ➔ **Commercialiser au juste coût selon la valeur clients**
 - Définition d'une stratégie par types de clients,
 - Evaluation des méthodes d'approche,
 - Optimisation de l'effort de commercialisation.
- ➔ **Mettre en place un plan de prospection adapté avec tableau de bord et suivi opérationnel**
 - Que choisir ? Comment choisir ? Les indicateurs d'efficacité et les méthodes de décision,
 - Planifier son activité commerciale : être plus proactif que réactif,
 - Les actions de marketing direct : mailing, e.mailing, prise de rendez-vous, entretien commercial,
 - Les autres approches...

Moyens et méthodes pédagogiques

- ➔ Avant l'atelier, un questionnaire vous sera remis afin de faire un état des lieux de vos pratiques actuelles,
- ➔ Pendant la prestation, les outils utilisés sont très interactifs et font appel au vécu professionnel des participants. Cette approche se veut très pragmatique et prend en compte les attentes spécifiques exprimées par le groupe. Un livret de travail et des supports pédagogiques sont remis, avec exercices pratiques et tests.
- ➔ A l'issue de l'atelier, un livret « performance/réussite » est remis à chaque participant avec des priorités d'actions d'amélioration à mettre en œuvre

Modalités pratiques

- ➔ Horaires : **de 9h00 à 17h00**, déjeuner compris.
- ➔ Ouverture de la session à 8 participants,
- ➔ Lieu : **une des agences de la CCI Marseille Provence** (le lieu choisi est fixé en fonction de la localisation des entreprises inscrites).
- ➔ Date : **23 octobre 2008**

Intervenants

- ➔ Alexandra et Marc BITOUN – **AMB Performance**, spécialisé dans l'accompagnement et la formation au Développement Commercial
- ➔ **Membre de Grand Delta Conseils** – Chambre professionnelle des conseils en entreprise

Contact

- ➔ Bernard Crouzet – bernard.crouzet@ccimp.com
- ➔ Marina Hutin – marina.hutin@ccimp.com
Pôle PME Zones d'Activités





Les Ateliers CCIMP de la PERFORMANCE COMMERCIALE

En une journée, des réponses ciblées pour booster votre performance commerciale

MAITRISER LES PHASES CLES DE LA NEGOCIATION COMMERCIALE

Objectifs

- Disposer des techniques nécessaires à la **bonne compréhension et interprétation des besoins clients**
- **Traiter les principales objections rencontrées et les transformer en avantages clients**
- Posséder les outils pour **réussir une négociation commerciale**.

Public concerné

- Dirigeants de TPE, PME, tout secteur d'activités confondu
- Proches collaborateurs en charge du développement commercial.

Programme

- **Etre à l'écoute active de votre client pour mieux appréhender ses attentes**
 - Qu'est ce qu'une écoute active ? Les différents niveaux d'écoute, le questionnement, la reformulation,
 - La préparation plutôt que l'improvisation : une check list pour gagner en efficacité,
 - Attitudes et comportements à favoriser.
- **Utiliser les objections clients pour renforcer votre argumentation**
 - Identifier et gérer les objections : méthodologie,
 - Les objections/questions récurrentes,
 - S'approprier les bonnes réponses, adopter des automatismes gagnants.
 - Identifier les pièges tendus par l'acheteur : Quels pièges ? Comment les déjouer ?
- **Emporter l'adhésion du client**
 - La puissance de conviction des faits : « un exemple vivant maintient le prospect éveillé »
 - Bâter et tenir son CAP (Caractéristiques, Avantages, Preuves),
 - S'adresser aux visuels, auditifs, kinesthésiques,
 - La communication verbale et non verbale.
- **Savoir conclure une négociation**
 - La suite logique et positive d'un processus,
 - De l'intérêt de savoir et d'oser formuler sa demande,
 - Des techniques de conclusion simples et efficaces.

Moyens et méthodes pédagogiques

- Avant l'atelier, un questionnaire vous sera remis afin de faire un état des lieux de vos pratiques actuelles,
- Pendant la prestation, les outils utilisés sont très interactifs et font appel au vécu professionnel des participants. Cette approche se veut très pragmatique et prend en compte les attentes spécifiques exprimées par le groupe. Un livret de travail et des supports pédagogiques sont remis, avec exercices pratiques et tests.
- A l'issue de l'atelier, un livret « performance/réussite » est remis à chaque participant avec des priorités d'actions d'amélioration à mettre en œuvre

Modalités pratiques

- Horaires : **de 9h00 à 17h00**, déjeuner compris.
- Ouverture de la session à 8 participants,
- Lieu : **une des agences de la CCI Marseille Provence** (le lieu choisi est fixé en fonction de la localisation des entreprises inscrites).
- Dates : Session 1 : **26 juin 2008**
Session 2 : **18 novembre 2008**

Intervenants

- Alexandra et Marc BITOUN – **AMB Performance**, spécialisé dans l'accompagnement et la formation au Développement Commercial
- **Membre de Grand Delta Conseils** – Chambre professionnelle des conseils en entreprise

Contact

- Bernard Crouzet – bernard.crouzet@ccimp.com
- Marina Hutin – marina.hutin@ccimp.com
Pôle PME Zones d'Activités





Les Ateliers CCIMP de la PERFORMANCE COMMERCIALE

En une journée, des réponses ciblées pour booster votre performance commerciale

BULLETIN D'INSCRIPTION

ENTREPRISE :
 DIRIGEANT :
 ADRESSE :
 CODE POSTAL : VILLE :
 TELEPHONE : PORTABLE : FAX :
 E.MAIL :
 SITE :
 ACTIVITE DETAILLEE:
 CODE NAF : EFFECTIF :

Frais de participation

- ➔ 400 € ht pour l'inscription à un atelier, soit 478,40 €ttc. Le repas est inclus.
- ➔ - 10 % sur la 2^e inscription
- ➔ - 20 % sur la 3^e inscription.

Ces ateliers sont éligibles aux fonds de formation continue, avec possibilité de prise en charge totale ou partielle par votre OPCA.

Je m'inscris à l'atelier « Optimiser votre portefeuille clients »

- Session 1 : le 24 juin 2008 Session 2 : le 13 novembre 2008

Je m'inscris à l'atelier « Maîtriser les phases clés de la négociation commerciale »

- Session 1 : le 16 juin 2008 Session 2 : le 18 novembre 2008

Je m'inscris à l'atelier « Réduire vos coûts de prospection : Méthodes et outils »

- Session : le 23 octobre 2008

Je souhaite recevoir des informations complémentaires

- OUI NON

* Cochez la(es) case(s) correspondante(s)

Les règlements par chèque sont à établir à l'ordre de la CCI Marseille Provence.

CONDITIONS GENERALES DE VENTE

Article 1 : Inscription - L'inscription devient effective dès réception, par la CCI Marseille Provence, du bulletin d'inscription dûment complété. Toute option orale doit être confirmée, selon les conditions définies au paragraphe précédent. **Article 2 : Facture** - Chaque facture fait mention de la date de livraison du produit ou de la date, voire la période, d'exécution de la prestation. La CCI Marseille – Provence se réserve le droit d'exiger, pour toute première commande d'un client, le paiement par avance et par chèque du montant total de la commande. L'émission de la facture est considérée, dans ce cas, comme justificatif de l'opération. **Article 3 : Délai de paiement** - Le règlement s'effectue à l'inscription. Dans la cadre d'une prise en charge par un OPCA ou FAF, la convention de formation signée par le client tiendra lieu de bon de commande. **Article 4 : Escompte** - En cas de paiement anticipé, il ne sera pratiqué ni escompte, ni réduction de prix ou débours. **Article 5 : Annulation** - L'annulation d'une commande ne peut être prise en compte. Si la prestation a déjà été réglée par le client, l'annulation ne donne droit à aucun remboursement. Si la prestation reste due par le client, le montant total devra être versé par le client. **Article 6 : Litiges et règlement des conflits** - Tous litiges qui ne pourraient être réglés à l'amiable seront de la compétence exclusive du Tribunal Administratif de Marseille. En cas de litige avec un client étranger, la loi française sera seule applicable.



Les Ateliers CCIMP de la PERFORMANCE COMMERCIALE

En une journée, des réponses ciblées pour booster votre performance commerciale

OPTIMISER VOTRE PORTEFEUILLE CLIENTS

Objectifs

- Acquérir une méthode pour **analyser les informations sur votre marché**, votre clientèle
- Savoir choisir et **utiliser les techniques adaptées pour segmenter votre portefeuille clients**
- Disposer d'outils pour **mesurer la rentabilité de vos clients/prospects**
- Agir pour **accroître votre capital clients**

Public concerné

- Dirigeants de TPE, PME, tout secteur d'activités confondu
- Proches collaborateurs en charge du développement commercial.

Programme

- **Organiser de manière rationnelle votre portefeuille clients**
 - Quelle est votre organisation et pourquoi ?
 - Quels sont les critères qui vous paraissent essentiels ?
 - Comment établir une typologie ?
 - Comment segmenter, cibler votre clientèle ?
- **Evaluer les potentialités de votre marché**
 - Comment ? Avec quels outils ?
 - Pourquoi maîtriser votre environnement économique ?
 - Mettre en place des outils de veille (informative, concurrentielle, économique)
- **Exploiter les données de votre marché pour accroître votre capital clients**
 - Estimer votre potentiel client
 - Segmenter vos prospects : critères à prendre en compte
 - Qualifier vos prospects
 - Adapter votre offre
 - Modéliser votre offre en référence aux clients exigeants satisfaits

Moyens et méthodes pédagogiques

- Avant l'atelier, un questionnaire vous sera remis afin de faire un état des lieux de vos pratiques actuelles,
- Pendant la prestation, les outils utilisés sont très interactifs et font appel au vécu professionnel des participants. Cette approche se veut très pragmatique et prend en compte les attentes spécifiques exprimées par le groupe. Un livret de travail et des supports pédagogiques sont remis, avec exercices pratiques et tests.
- A l'issue de l'atelier, un livret « performance/réussite » est remis à chaque participant avec des priorités d'actions d'amélioration à mettre en œuvre

Modalités pratiques

- Horaires : **de 9h00 à 17h00**, déjeuner compris.
- Ouverture de la session à 8 participants,
- Lieu : **une des agences de la CCI Marseille Provence** (le lieu choisi est fixé en fonction de la localisation des entreprises inscrites).
- Dates : Session 1 : **24 juin 2008**
Session 2 : **13 novembre 2008**

Intervenants

- Alexandra et Marc BITOUN – **AMB Performance**, spécialisé dans l'accompagnement et la formation au Développement Commercial
- **Membre de Grand Delta Conseils** – Chambre professionnelle des conseils en entreprise

Contact

- Bernard Crouzet – bernard.crouzet@ccimp.com
- Marina Hutin – marina.hutin@ccimp.com
Pôle PME Zones d'Activités





Les Ateliers CCIMP de la PERFORMANCE COMMERCIALE

En une journée, des réponses ciblées pour booster votre performance commerciale

REDUIRE VOS COÛTS DE PROSPECTION : METHODES ET OUTILS

Objectifs

- ➔ Disposer d'une méthode très opérationnelle pour **réaliser une campagne de prospection efficace et rentable**
- ➔ Bénéficier des outils indispensables à la **réussite d'une action de prospection commerciale**.

Public concerné

- ➔ Dirigeants de TPE, PME, tout secteur d'activités confondu
- ➔ Proches collaborateurs en charge du développement commercial.

Programme

- ➔ **Mesurer le coût global des actions de prospection**
 - Quels types d'actions de prospection ?
 - Diagnostic des actions,
 - Identification des postes de coûts,
 - Coûts des différents canaux.
- ➔ **Apprécier le R.O.I. (return on investment) d'une action de prospection**
 - Coûts et délais d'acquisition d'un nouveau client,
 - Comment anticiper sur les retombées immédiates ou à plus long terme,
 - De la prospection à la gestion de campagne,
 - L'évaluation d'une campagne.
- ➔ **Commercialiser au juste coût selon la valeur clients**
 - Définition d'une stratégie par types de clients,
 - Evaluation des méthodes d'approche,
 - Optimisation de l'effort de commercialisation.
- ➔ **Mettre en place un plan de prospection adapté avec tableau de bord et suivi opérationnel**
 - Que choisir ? Comment choisir ? Les indicateurs d'efficacité et les méthodes de décision,
 - Planifier son activité commerciale : être plus proactif que réactif,
 - Les actions de marketing direct : mailing, e.mailing, prise de rendez-vous, entretien commercial,
 - Les autres approches...

Moyens et méthodes pédagogiques

- ➔ Avant l'atelier, un questionnaire vous sera remis afin de faire un état des lieux de vos pratiques actuelles,
- ➔ Pendant la prestation, les outils utilisés sont très interactifs et font appel au vécu professionnel des participants. Cette approche se veut très pragmatique et prend en compte les attentes spécifiques exprimées par le groupe. Un livret de travail et des supports pédagogiques sont remis, avec exercices pratiques et tests.
- ➔ A l'issue de l'atelier, un livret « performance/réussite » est remis à chaque participant avec des priorités d'actions d'amélioration à mettre en œuvre

Modalités pratiques

- ➔ Horaires : **de 9h00 à 17h00**, déjeuner compris.
- ➔ Ouverture de la session à 8 participants,
- ➔ Lieu : **une des agences de la CCI Marseille Provence** (le lieu choisi est fixé en fonction de la localisation des entreprises inscrites).
- ➔ Date : **23 octobre 2008**

Intervenants

- ➔ Alexandra et Marc BITOUN – **AMB Performance**, spécialisé dans l'accompagnement et la formation au Développement Commercial
- ➔ **Membre de Grand Delta Conseils** – Chambre professionnelle des conseils en entreprise

Contact

- ➔ Bernard Crouzet – bernard.crouzet@ccimp.com
- ➔ Marina Hutin – marina.hutin@ccimp.com
Pôle PME Zones d'Activités





Les Ateliers CCIMP de la PERFORMANCE COMMERCIALE

En une journée, des réponses ciblées pour booster votre performance commerciale

MAITRISER LES PHASES CLES DE LA NEGOCIATION COMMERCIALE

Objectifs

- Disposer des techniques nécessaires à la **bonne compréhension et interprétation des besoins clients**
- **Traiter les principales objections rencontrées et les transformer en avantages clients**
- Posséder les outils pour **réussir une négociation commerciale**.

Public concerné

- Dirigeants de TPE, PME, tout secteur d'activités confondu
- Proches collaborateurs en charge du développement commercial.

Programme

- **Etre à l'écoute active de votre client pour mieux appréhender ses attentes**
 - Qu'est ce qu'une écoute active ? Les différents niveaux d'écoute, le questionnement, la reformulation,
 - La préparation plutôt que l'improvisation : une check list pour gagner en efficacité,
 - Attitudes et comportements à favoriser.
- **Utiliser les objections clients pour renforcer votre argumentation**
 - Identifier et gérer les objections : méthodologie,
 - Les objections/questions récurrentes,
 - S'approprier les bonnes réponses, adopter des automatismes gagnants.
 - Identifier les pièges tendus par l'acheteur : Quels pièges ? Comment les déjouer ?
- **Emporter l'adhésion du client**
 - La puissance de conviction des faits : « un exemple vivant maintient le prospect éveillé »
 - Bâter et tenir son CAP (Caractéristiques, Avantages, Preuves),
 - S'adresser aux visuels, auditifs, kinesthésiques,
 - La communication verbale et non verbale.
- **Savoir conclure une négociation**
 - La suite logique et positive d'un processus,
 - De l'intérêt de savoir et d'oser formuler sa demande,
 - Des techniques de conclusion simples et efficaces.

Moyens et méthodes pédagogiques

- Avant l'atelier, un questionnaire vous sera remis afin de faire un état des lieux de vos pratiques actuelles,
- Pendant la prestation, les outils utilisés sont très interactifs et font appel au vécu professionnel des participants. Cette approche se veut très pragmatique et prend en compte les attentes spécifiques exprimées par le groupe. Un livret de travail et des supports pédagogiques sont remis, avec exercices pratiques et tests.
- A l'issue de l'atelier, un livret « performance/réussite » est remis à chaque participant avec des priorités d'actions d'amélioration à mettre en œuvre

Modalités pratiques

- Horaires : **de 9h00 à 17h00**, déjeuner compris.
- Ouverture de la session à 8 participants,
- Lieu : **une des agences de la CCI Marseille Provence** (le lieu choisi est fixé en fonction de la localisation des entreprises inscrites).
- Dates : Session 1 : **26 juin 2008**
Session 2 : **18 novembre 2008**

Intervenants

- Alexandra et Marc BITOUN – **AMB Performance**, spécialisé dans l'accompagnement et la formation au Développement Commercial
- **Membre de Grand Delta Conseils** – Chambre professionnelle des conseils en entreprise

Contact

- Bernard Crouzet – bernard.crouzet@ccimp.com
- Marina Hutin – marina.hutin@ccimp.com
Pôle PME Zones d'Activités





Les Ateliers CCIMP de la PERFORMANCE COMMERCIALE

En une journée, des réponses ciblées pour booster votre performance commerciale

BULLETIN D'INSCRIPTION

ENTREPRISE :
 DIRIGEANT :
 ADRESSE :
 CODE POSTAL : VILLE :
 TELEPHONE : PORTABLE : FAX :
 E.MAIL :
 SITE :
 ACTIVITE DETAILLEE:
 CODE NAF : EFFECTIF :

Frais de participation

- ➔ 400 € ht pour l'inscription à un atelier, soit 478,40 €ttc. Le repas est inclus.
- ➔ - 10 % sur la 2^e inscription
- ➔ - 20 % sur la 3^e inscription.

Ces ateliers sont éligibles aux fonds de formation continue, avec possibilité de prise en charge totale ou partielle par votre OPCA.

Je m'inscris à l'atelier « Optimiser votre portefeuille clients »

- Session 1 : le 24 juin 2008 Session 2 : le 13 novembre 2008

Je m'inscris à l'atelier « Maîtriser les phases clés de la négociation commerciale »

- Session 1 : le 16 juin 2008 Session 2 : le 18 novembre 2008

Je m'inscris à l'atelier « Réduire vos coûts de prospection : Méthodes et outils »

- Session : le 23 octobre 2008

Je souhaite recevoir des informations complémentaires

- OUI NON

* Cochez la(es) case(s) correspondante(s)

Les règlements par chèque sont à établir à l'ordre de la CCI Marseille Provence.

CONDITIONS GENERALES DE VENTE

Article 1 : Inscription - L'inscription devient effective dès réception, par la CCI Marseille Provence, du bulletin d'inscription dûment complété. Toute option orale doit être confirmée, selon les conditions définies au paragraphe précédent. **Article 2 : Facture** - Chaque facture fait mention de la date de livraison du produit ou de la date, voire la période, d'exécution de la prestation. La CCI Marseille – Provence se réserve le droit d'exiger, pour toute première commande d'un client, le paiement par avance et par chèque du montant total de la commande. L'émission de la facture est considérée, dans ce cas, comme justificatif de l'opération. **Article 3 : Délai de paiement** - Le règlement s'effectue à l'inscription. Dans la cadre d'une prise en charge par un OPCA ou FAF, la convention de formation signée par le client tiendra lieu de bon de commande. **Article 4 : Escompte** - En cas de paiement anticipé, il ne sera pratiqué ni escompte, ni réduction de prix ou débours. **Article 5 : Annulation** - L'annulation d'une commande ne peut être prise en compte. Si la prestation a déjà été réglée par le client, l'annulation ne donne droit à aucun remboursement. Si la prestation reste due par le client, le montant total devra être versé par le client. **Article 6 : Litiges et règlement des conflits** - Tous litiges qui ne pourraient être réglés à l'amiable seront de la compétence exclusive du Tribunal Administratif de Marseille. En cas de litige avec un client étranger, la loi française sera seule applicable.