



MJVISION

PROGRAMME DE FORMATION

**Optimiser la gestion de portefeuille clients
et la relation commerciale**

OBJECTIFS

- Analyser la rentabilité d'un portefeuille clients afin d'identifier les leviers de croissance.
- Développer des actions de cross-selling et d'up-selling pour maximiser le chiffre d'affaires.
- Structurer une démarche de relation client personnalisée pour améliorer la satisfaction et la fidélisation.
- Mettre en œuvre des outils CRM (HubSpot) pour automatiser le suivi et améliorer la performance commerciale.
- Évaluer la qualité de la relation client afin d'optimiser l'expérience et renforcer la compétitivité.

Durée

14 Heures



contact.mjvision@gmail.com



32 Rue de Paris,
92100 Boulogne-Billancourt

Modalités d'admission et de déroulement

Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail, ou par téléphone. Votre demande d'inscription sera traitée dans un délai de deux jours ouvrés. Toute commande de formation doit faire l'objet d'une confirmation écrite et suppose que le client accepte le contenu du stage et les prérequis, dont il s'engage à avoir eu connaissance. La formation ne pourra débuter qu'au moins après les 10 jours calendaires suivant la réception du bon de commande.

Lieu de la formation

La formation se déroule en présentiel en région parisienne

Accessibilité pour les personnes en situation de handicap :

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Le référent en la matière se tient à votre écoute pour évaluer puis préciser votre projet de formation et anticiper les éventuels aménagements à réaliser pour vous accueillir.

Contact : contact.mjvision@gmail.com / 0768841013

Délai et modalités d'accès

Le délai d'accès à la formation est de 10 à 20 jours suite à l'inscription auprès du référent pédagogique.

Prérequis d'accès à la formation

- Maîtriser les bases de la relation commerciale
- Disposer d'une expérience en gestion de clients ou en vente
- Utiliser des outils bureautiques ou CRM (niveau débutant à intermédiaire)

Public concerné

Commerciaux, chargés de clientèle, responsables de comptes, conseillers clientèle, toute personne en charge de la gestion et du développement d'un portefeuille clients.

Objectifs et compétences visées

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Analyser la structure et la valeur de son portefeuille clients
- Segmenter son portefeuille selon des critères pertinents
- Prioriser ses actions commerciales en fonction du potentiel client
- Construire un plan d'actions commerciales structuré
- Développer une relation client durable et personnalisée
- Optimiser la fidélisation et la satisfaction client
- Conduire des entretiens commerciaux efficaces
- Exploiter un CRM pour piloter son activité commerciale

Méthodes pédagogiques mobilisées

- Présentiel interactif : Formation en salle avec aménagement favorisant les interactions et travaux de groupe
- Supports multimédia : Utilisation de vidéos, présentations dynamiques et outils digitaux pour illustrer les concepts
- Documentation personnalisée : Remise d'un livret pédagogique complet et d'outils pratiques adaptés au contexte des participants
- Accompagnement individualisé : Temps dédiés au coaching individuel et à la personnalisation des apprentissages
- Évaluations formatives : Exercices d'auto-évaluation et quiz permettant de mesurer la progression des acquis tout au long de la formation

Durée

14 heures

Tarif

700 € TTC

Planning de formation

Jour 1 : Structurer et piloter son portefeuille clients

08h00 - 08h30 : Accueil et cadrage de la formation

- Identifier les attentes et objectifs des participants
- Présenter le programme et les modalités pédagogiques
- Formaliser les indicateurs de réussite individuels

08h30 - 10h00 : Analyse du portefeuille clients

- Identifier les composantes d'un portefeuille clients
- Analyser la rentabilité et le potentiel des clients
- Exploiter les données clients disponibles

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Segmentation et priorisation des clients

- Définir des critères de segmentation pertinents
- Classer les clients selon leur valeur et potentiel
- Prioriser les actions commerciales stratégiques

12h00 - 13h30 : Pause déjeuner

13h30 - 15h00 : Élaboration d'un plan d'actions commerciales

- Structurer un plan d'actions par segment
- Définir des objectifs commerciaux mesurables
- Planifier les actions dans le temps

15h00 - 15h15 : Pause

15h15 - 17h00 : Pilotage de l'activité commerciale avec un CRM

- Identifier les fonctionnalités clés d'un CRM
- Structurer le suivi des opportunités commerciales
- Mettre en place des indicateurs de performance

Jour 2 : Développer la relation commerciale et fidéliser

08h00 - 08h30 : Réactivation des acquis

- Synthétiser les acquis du jour 1
- Identifier les points d'amélioration
- Ajuster les objectifs individuels

08h30 - 10h00 : Techniques de relation client personnalisée

- Adapter sa communication au profil client
- Développer une posture de conseil
- Renforcer la qualité de la relation commerciale

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Conduite d'entretiens commerciaux efficaces

- Structurer un entretien commercial
- Identifier les besoins explicites et implicites
- Argumenter et conclure efficacement

12h00 - 13h30 : Pause déjeuner

13h30 - 15h00 : Fidélisation et développement du portefeuille

- Mettre en œuvre des stratégies de fidélisation
- Détecter des opportunités de vente additionnelle
- Développer la recommandation client

15h00 - 15h15 : Pause

15h15 - 17h00 : Mise en situation et plan d'action individuel

- Réaliser des simulations d'entretiens commerciaux
- Analyser les pratiques et axes de progrès
- Formaliser un plan d'action opérationnel individuel

Méthode d'évaluation

Évaluation finale sous forme de mise en situation managériale complexe où chaque participant devra démontrer sa maîtrise des compétences clés acquises durant la formation, suivie d'un débriefing personnalisé avec le formateur.