

## GUIDE FORMATION 2018-2019



**Organisme de formation** enregistré sous le numéro de déclaration d'activité **N°52440841444**  
auprès de la DIRECCTE (Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la  
consommation, du travail et de l'emploi) des Pays de Loire



## Table des matières

EDITO .....	2
ILS NOUS FONT CONFIANCE .....	3
NOTRE OFFRE DE FORMATION : .....	3
NOTRE DEMARCHE PEDAGOGIQUE .....	3
NOTRE EQUIPE DE CONSULTANTS FORMATEURS.....	4
INFORMATIONS PRATIQUES.....	4
Lieux de formation .....	4
Déroulement de formation .....	5
Support de cours .....	5
Dossier administratif .....	5
Les modes de financement.....	5
NOS MODULES DE FORMATION.....	6
DEVELOPPER SON ACTIVITE COMMERCIALE GRACE A LA RECOMMANDATION   1 Jour.....	7
STRATEGIE COMMERCIALE ET ACQUISITION CLIENT .....	8
VENTE B2B EN MILIEU COMPLEXE   5 jours.....	8

### EDITO

*L'important est la valeur créée lors de nos échanges. Aujourd'hui, le coût d'acquisition d'un prospect ou d'un client est suffisamment important pour que l'entreprise y accorde toute l'attention nécessaire.*

*Accompagner nos clients dans leur développement, leur réflexion stratégique et faire monter en compétences les équipes sont les raisons d'être d'Excellianz.*

*Nous ne livrons pas de longues formations théoriques et attachons plus d'importance à la confrontation des hypothèses à la réalité du terrain. Nous sommes pragmatiques afin de pouvoir réagir au plus vite à un environnement économique mouvant et exigeant.*

*Grâce à nos formations vous serez en mesure de construire rapidement le business model de votre entreprise ou d'une nouvelle offre, d'un nouveau segment de marché ou encore de faire progresser vos ventes, vos équipes en un minimum de temps.*

*Formez vos équipes et échangez avec les nôtres pour profiter rapidement de ce puissant vecteur de développement de votre activité. Nos consultants exercent au quotidien et ont une grande expérience...*

*Au plaisir de vous accueillir,*

## ILS NOUS FONT CONFIANCE ....

Retrouver sur notre site l'éco système Excellianz partenaires et références client

<https://excellianz.com/index.php/nos-partenaires/>

## NOTRE OFFRE DE FORMATION :

Parce que les attentes de chacun sont différentes tant en termes d'acquisition de connaissances que de montée en compétences, nos programmes de formations se construisent selon vos besoins personnels. Nos programmes s'adressent aux débutants, intermédiaires et confirmés sans discrimination d'aucune sorte. Nous adaptons le rythme de nos formations si nécessaire après avoir recueilli vos besoins. Certaines de nos formations peuvent nécessiter des prérequis. Ceux-ci vous sont décrits dans nos fiches modules.

EXCELLIANZ peut vous proposer des modules de formations dédiées à vos équipes dans vos locaux ou dans nos locaux de Nantes en fonction de vos contraintes.

### Intra entreprise sur-mesure

Vous avez des besoins spécifiques autour des leviers de croissance de votre entreprise, EXCELLIANZ peut vous proposer des modules de formations sur-mesure spécifiquement conçus et réalisés pour répondre à des besoins particuliers.

Après un audit précis de vos problématiques, nous élaborons un programme et des contenus de formation personnalisés en fonction de vos spécificités, vos forces et vos faiblesses.

**Ensemble, nous construisons votre programme de formation !**

## NOTRE DEMARCHE PEDAGOGIQUE

La formation à la Pédagogie entrepreneuriale s'articule chez Excellianz autour de 4 axes au moins :

- Théorique : formation à la finalité de cette pédagogie, aux concepts et aux fondements qui la soutiennent (les notions d'erreur, de talents, de motivation intrinsèque, de créativité, de bienveillance, d'intelligences multiples, de stress...);
- Expérientiel : faire vivre des expériences entrepreneuriales « **learning by doing** » en les plongeant dans les activités proposées aux participants ; 70% du temps est consacré aux échanges et à la pratique.
- Outillant : fournir des outils pédagogiques qui balisent les grands éléments et les grandes étapes par lesquelles doivent passer chaque thématique abordée au cours des formations
- Accompagnement : accompagner les personnes dans la mise en œuvre de ces connaissances.

En travaillant avec Excellianz vous bénéficiez de formules d'accompagnement personnalisées en présentiel, dans l'entreprise, réalisées par notre équipe de consultants spécialisés.

Grâce à nos formations vous serez en mesure de construire rapidement le business model de votre entreprise ou d'une nouvelle offre, d'un nouveau segment de marché ou encore de faire progresser vos

ventes, vos équipes en un minimum de temps. Pour garantir la qualité de nos sessions, nous limitons certaines formations à 6 personnes.

### Pédagogie entrepreneuriale



- La prise de responsabilités en favorisant la prise en charge par l'apprenant de sa propre démarche d'apprentissage,



- L'expérience, en permettant à chaque participant de construire son apprentissage sur sa propre expérience



- La découverte et la valorisation des talents de chaque participant



- La coopération en favorisant le travail de groupe dans une optique où les différents membres contribuent au processus d'apprentissage des autres



- La connaissance de soi et des autres, afin de cerner ses motivations intrinsèques, comprendre celles des autres et envisager la complémentarité et l'intelligence collective



- La réflexion, en donnant à l'apprenant l'occasion de faire le bilan et la synthèse de ce qu'il a appris
- Mettre chacun au cœur de l'acte d'apprendre
- Ancrer les sujets émotionnellement

## NOTRE EQUIPE DE CONSULTANTS FORMATEURS

Nos consultants-formateurs ont une grande expérience de l'entreprise et exercent une activité complémentaire.

La conception de nos programmes repose leur expérience de la vente et du marketing au contact d'entreprises très diverses de l'industrie, des services, du Retail et d'accompagnement de dirigeants. Elle vise à combiner **Expérience Performance et Pédagogie Active**. Leur CV vous sont communiqués sur demande.

## INFORMATIONS PRATIQUES

Contactez-nous sur simple demande par mail [formation@excellianz.com](mailto:formation@excellianz.com) ou sur le formulaire contact de notre site <https://excellianz.com/index.php/contact/>

### Lieux de formation

A Nantes au sein d'un des principaux pôles de recherche de Loire Atlantique sur l'espace entreprise-incubateur du campus de l'Ecole de Mines - 2 rue Alfred Kastler, 44300 Nantes.

Nos bâtiments sont en accessibilité handicap

## Déroulement de formation

Les formations débutent à 9H et se terminent à 17H0 avec une pause d'1h00 pour le déjeuner. Le déjeuner est pris dans le restaurant d'entreprises de l'école des Mines ou dans un lieu de son choix à proximité.

## Support de cours

Tous nos supports sont rédigés par nos formateurs et font l'objet d'une actualisation régulière.

## Dossier administratif

- Avant toute formation, nous vous adressons par mail une convention de stage ainsi que la convocation à la formation.
- Au cours de la formation, le participant doit apposer sa signature sur chaque demi-journée de la feuille de présence.
- Un questionnaire de satisfaction est remis à chaque stagiaire à l'issue de la formation et ce dans l'objectif de parfaire encore nos supports et interventions.
- Une évaluation à froid est réalisée 45 jours après la formation auprès du commanditaire de la formation afin d'apprécier les impacts de la formation.

## Les modes de financement

Nos formations peuvent être prises en charge par votre OPCO. Nous sommes à votre disposition pour l'établissement de vos dossiers de convention. Formation dispensée au titre des actions d'acquisition, d'entretien ou de perfectionnement des connaissances, au regard de l'article L6313-1 du Code du travail. Activité enregistrée sous le n° 52440841444.

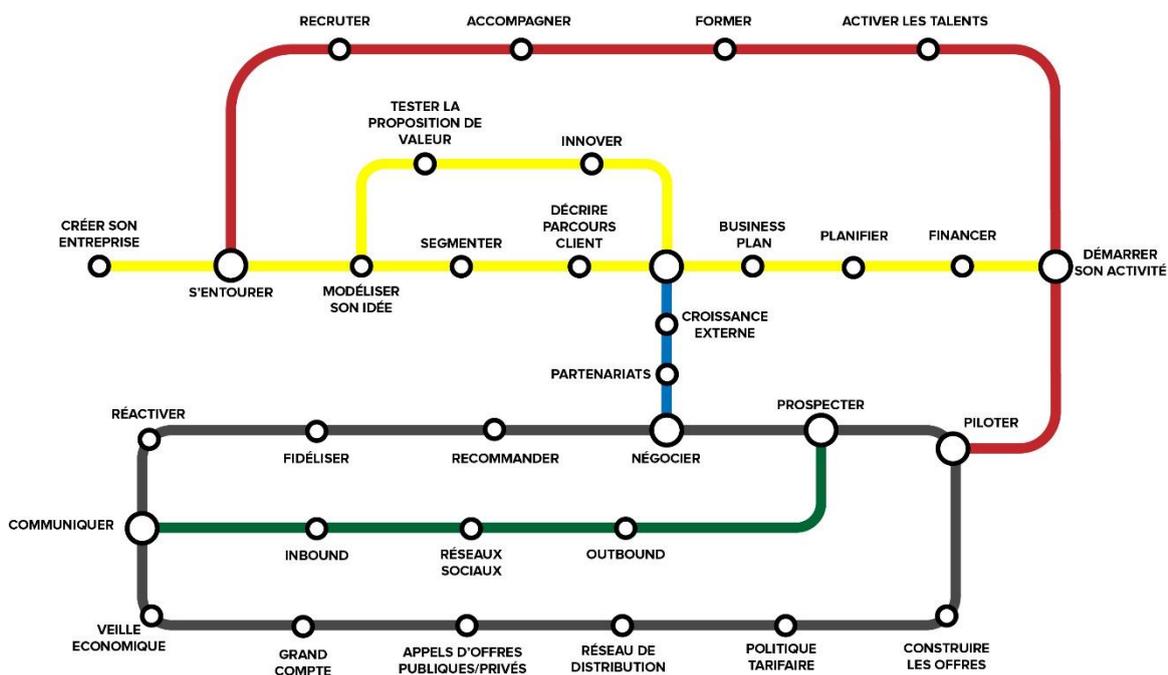
Vous êtes dirigeant et ou salarié d'entreprise : Pour connaître les démarches à suivre et les possibilités de prise en charge, contacter votre OPCO

Vous êtes porteur de projet (demandeur d'emploi)

- Des aides spécifiques existent « l'aide individuelle à la formation de Pôle emploi permet aux demandeurs d'emploi de bénéficier de complément financier pour suivre une formation. Renseignez-vous auprès de votre conseiller.
- Des financements du Conseil Général, du fonds social européen... sont également parfois disponibles
- Renseigner vous auprès de votre conseiller Pôle Emploi pour la marche à suivre.
- Excellianz fait des tarifs spécifiques pour les porteurs de projet demandeur d'emploi.

## NOS MODULES DE FORMATION

Le schéma ci-dessous vous indique les problématiques auxquelles nous répondons avec notre équipe de consultants. Ces derniers adaptent leur contenu au contexte métier de votre entreprise. Merci de nous contacter pour discuter de vos besoins.



## DEVELOPPER SON ACTIVITE COMMERCIALE GRACE A LA RECOMMANDATION | 1 Jour

Domaines : techniques commerciales | Réf : 1.REC

### **DUREE : 1 JOUR**

**CALENDRIER** : sur demande

### **PUBLIC VISE**

Toute personne en contact régulier avec la clientèle

**MODALITES** : Présentiel | INTRA | INTER

### **METHODES PEDAGOGIQUES**

Alternance de contenus théoriques et cas pratiques afin de permettre aux participants de s'approprier progressivement les outils et méthodes.

Échanges interactifs

### **SUPPORTS PEDAGOGIQUES REMIS**

Pendant la formation : objectif et plan de la formation, énoncé de cas pratiques- corrigé des exercices

Guide de réseautage

### **DISPOSITIF D'EVALUATION**

Une évaluation de la satisfaction des participants à l'issue de la formation

Une évaluation à froid auprès du commanditaire de la formation afin d'apprécier les impacts de la formation

**PRE REQUIS** : Aucun

### **OBJECTIFS DE LA FORMATION**

A l'issue de la formation, chaque participant sera capable de pratiquer la recommandation en entretien client et savoir réseauter pour développer son activité.

### **PROGRAMME DE LA FORMATION**

1- La recommandation pratique courante

- Ce qu'est une recommandation
- Objectifs

2- Avantages de la recommandation

3- Facteurs clés de succès d'une recommandation réussie

4- Quand et comment la solliciter ?

- La découverte du client
- Ses besoins
- Méthodes

5- Traitement des objections

6- La prise de contact avec la personne recommandée

- Expression verbale et non verbale

7- Le réseautage : par quels canaux réseauter

- Des objectifs courts et moyen termes
- Les types de réseau : réseaux physiques de proximité, réseaux sociaux
- Créer son propre réseau

## STRATEGIE COMMERCIALE ET ACQUISITION CLIENT

### VENTE B2B EN MILIEU COMPLEXE | 5 jours

Domaines : techniques commerciales | Réf : 5.STRAC

Ces 5 jours vous permettent d'aborder les dimensions du développement commercial et traduire la stratégie de votre entreprise en leviers et résultats de vente pour améliorer sa performance commerciale.

A l'issue de cette formation, vous serez en mesure de diffuser une culture commerciale au sein de votre équipe.

Cet atelier de formation vous donne concrètement les étapes de la conception de son offre, cible « produit marché » à la mise en œuvre d'un plan d'actions commerciales dans un schéma d'amélioration continue : Plan, décision, action, pilotage.

#### **DUREE : 5 JOURS**

**CALENDRIER** : sur demande

#### **PUBLIC VISE**

Dirigeants de PME B2B, de Start Up souhaitant structurer et accélérer leur développement commercial

Cadres commerciaux et ou salariés devant conduire le développement commercial d'une activité dans les services aux professionnels.

#### **MODALITES** : Présentiel | INTRA

Cette formation, se déroule, à la date de votre choix, au sein de votre établissement ou en nos locaux, pour un ou plusieurs de vos collaborateurs.

Pour garantir la qualité de nos sessions, nous limitons le nombre de participants à 6 personnes.

Cette formation se déroule sur une période de 6 semaines afin de permettre au dirigeant de dégager le temps nécessaire à cette formation et de mettre en pratique les éléments de la stratégie. Les Jours 1 et 2 seront quant à eux regroupés sur 2 jours ou espacés d'une semaine maximum ; chaque module peut être suivi sur demande individuellement.

#### **METHODES PEDAGOGIQUES**

- La découverte et la valorisation des talents de chaque participant, ses motivations intrinsèques, comprendre celles des autres et envisager la complémentarité et l'intelligence collective au sein de l'entreprise : Profil DISC des dirigeants
- Alternance de séquences d'apports conceptuels et d'ateliers pratiques autour de l'offre produit de l'entreprise afin de permettre à chacun de construire son apprentissage sur sa propre expérience et intégrer progressivement des outils et méthodes pour les déployer en entreprise.
- Favoriser le travail de groupe pour que chaque membre contribue au processus d'apprentissage des autres
- Échanges interactifs avec l'équipe de formation
- La réflexion, en donnant à chaque participant l'occasion de faire le bilan et la synthèse de ce qu'il a appris.

#### **OBJECTIFS DE LA FORMATION**

A l'issue de la formation, chaque participant sera capable de :

1. Qualifier les opportunités et choisir les priorités de développement.
2. Sélectionner les méthodes efficaces pour attirer et motiver des prospects
3. Structurer les étapes de l'action commerciale
4. Déployer le plan de vente.
5. Mesurer la performance.

**PRE REQUIS** : Etre en responsabilité pour conduire le développement commercial de son activité.

## **PROGRAMME DE LA FORMATION**

En amont, sous forme de test et questionnaire :

- Repositionner le dirigeant avec ses forces et faiblesses au regard du développement commercial : Test préalable à la session de formation pour permettre de connaître les points d'appui de l'équipe.
- Autodiagnostic (analyse de Porter) remis au dirigeant pour situer son marché et questionnaire d'évaluation reprenant ses priorités actuelles (stratégie commerciale) ;
- Pitch de l'offre à préparer pour le Jour 1

### **JOUR 1 : COMPRENDRE LA STRATEGIE, LE POSITIONNEMENT DE L'OFFRE ET LES OBJECTIFS DE L'ENTREPRISE**

Vision du dirigeant sur son développement Le positionnement de l'entreprise.

- ✓ Segmentation client
- ✓ Environnement et potentiel marché
- ✓ Analyse des menaces et opportunités du marché.

Positionnement de l'offre commerciale :

- ✓ Proposition de valeur de l'entreprise et réponses aux besoins clients
- ✓ Analyser le cycle de vie produit/service
- ✓ Forces et faiblesses de l'entreprise sur ses domaines d'activité.

Réflexion sur les enjeux commerciaux de l'année.

- ✓ Indicateurs et sources d'informations utiles.
- ✓ Objectifs commerciaux et prévisions de vente.

A l'issue de cette journée, le(s) participants seront capables de :

- Construire un projet de développement en cohérence avec le Business Model de l'entreprise

### **JOUR 2 : CONSTRUIRE LA STRATEGIE COMMERCIALE**

Identifier ses cibles, prospects et clients prioritaires

- ✓ Comprendre l'importance de la phase d'identification de ses acheteurs
- ✓ Définir les profils de prospects grâce à un ciblage précis : intérêts, zone géographique, activités...: construction des personas.
- ✓ Poids relatif des clients : croisement potentiel et valeur client
- ✓ Allouer les ressources (temps, moyens...).
- ✓ Connaître les structures et le circuit de décision d'un grand compte

Définir le parcours client : de l'offre au client

Préparer la négociation

- ✓ Préparer sa négociation autour de sa proposition de valeur par segment de client (1 ou 2 segments)
- ✓ Structurer ses propositions selon la logique argument-objection.
- ✓ Réaliser un plan de compte.

Définir les bases tarifaires de mon (mes) offre (s)

A l'issue de cette journée, le(s) participants seront capables à partir du Business Model de l'entreprise de :

- Identifier les clients et les usagers Qui ?
- Faire une proposition de valeur pour les clients Quoi ?
- Organiser la chaîne de valeur Comment ?
- Monétiser la proposition de valeur Combien ?

### **JOUR 3 : PROSPECTION ET RELATION CLIENT : INBOUND ET OUTBOUND**

Cibler et explorer les besoins de ses prospects.

Les différents de la

prospection : Outbound - phoning- mailing ;  
Inbound ; Social selling

- ✓ Maîtriser la notion de parcours clients et de multi canal.
- ✓ Élaborer des processus de vente alignés avec les parcours clients.

- ✓ Intégrer LinkedIn dans une stratégie de prospection digitale multi canal.

Entrer en contact avec ses prospects et futurs acheteurs

- ✓ Les techniques d'approche et modèles de messages de prospection.
- ✓ Utiliser les groupes de discussion.
- ✓ Conseiller et discuter proposition de valeur.
- ✓ Transformer les opportunités commerciales en clients.
- ✓ Repérer les personnes et leur capacité d'influence (prescripteurs/décideurs).

L'importance du Personal branding en prospection digitale

- ✓ Apprendre à créer sa marque personnelle sur les réseaux sociaux.
- ✓ Animer efficacement son profil et sa page LinkedIn pour développer sa visibilité.
- ✓ Partager des contenus pour attirer ses prospects.

A l'issue de cette journée, le(s) participants seront capables de :

- Sélectionner les outils de prospection adapté à leur organisation
- Orienter son action en choisissant les bons canaux de distribution

#### JOUR 4 : NEGOCIATION TRAINING

Les 5 phases de la vente

- ✓ Construire les étapes de la négociation afin d'aboutir à une conclusion profitable.

Recommandation : savoir demander une recommandation à un client

Intégrer les processus d'achat grands comptes dans sa démarche

- ✓ Découvrir les particularités de la relation avec un grand compte.

- ✓ Analyser l'évolution des méthodes d'achat et des moyens de recherche des fournisseurs.
- ✓ Adapter ses modes de négociation aux nouvelles configurations des grands comptes.

A l'issue de cette journée, le(s) participants seront capables de :

- Bâtir les argumentaires et traiter les objections clients
- Pitcher son offre et présenter son entreprise auprès d'un public de décideurs

#### JOUR 5 : DEPLOYER LE PAC ET MISE EN PLACE DES INDICATEURS ET OUTILS DE PILOTAGE

Mettre en adéquation les ressources de l'entreprise et le plan de développement commercial

Rédiger le plan d'action commerciale et le planning de l'année commerciale.

- ✓ A partir du bilan de l'année écoulée, construire le nouveau PAC.
- ✓ Mettre en place des actions de conquête multi canal
- ✓ Mettre en place des actions de fidélisation et de relance des clients perdus.
- ✓ Définir les mesures correctives et les plans d'actions.

Stimuler la force de vente.

- ✓ Susciter l'adhésion de la force de vente.
- ✓ Déterminer la rémunération de mon équipe commerciale.

Concevoir ses tableaux de bord comme des outils de pilotage

- ✓ Choisir et hiérarchiser les indicateurs et outils de pilotage : CRM, base de données de prospection nécessaires au management quotidien de l'équipe de vente et à la mesure de la performance.

- ✓ Analyser des résultats, performance commerciale et l'évolution du portefeuille clients.

A l'issue de cette journée, le(s) participants seront capables de :

- Articuler le Plan d'Action Commercial dans l'entreprise
- Construire les fiches de poste des équipes adaptées aux étapes de la vente de mon offre
- Définir les KPI utiles au pilotage de la performance commerciale
- Présélectionner les outils commerciaux

### **SUPPORTS PEDAGOGIQUES REMIS**

La fourniture d'une documentation complète constitue le support de formation commerciale et de transfert des compétences au participant. Elle fait partie intégrante de cette prestation de formation. Il s'agit d'un support pédagogique de base qui permet au participant de consulter les référentiels méthodologiques des objectifs de formation traités lors de différentes séquences de cette formation. Il constitue un dispositif de référence sur la formation et les missions à accomplir par le participant.

Un plan d'action personnalisé est construit à l'issue de chaque module visant à mettre en pratique le savoir-faire acquis.

La documentation remise au participant lors de cette formation est accompagnée d'une fourniture d'outils méthodologiques sous forme de fiches outils ayant pour objectif de favoriser l'auto perfectionnement du participant après la formation. Il s'agit des fondements méthodologiques, issus des pratiques des consultants du cabinet Excellianz.

### **DISPOSITIF D'EVALUATION**

- Une évaluation de la satisfaction des participants à l'issue de la formation

- Le formateur accompagne le dirigeant et/ou le commercial en charge du développement et en responsabilité d'équipe dans la compréhension des enjeux et la mise en place de la stratégie de développement dans l'entreprise : partage sur la pratique, retour d'expérience terrain
- Le plan d'actions (commerciales) représente la feuille de route des dirigeants et cadres commerciaux et leurs permet de pouvoir se projeter.
- Une évaluation à froid auprès du commanditaire à 45 jours de la formation afin d'apprécier les impacts de la formation

**NB :** Suivi entre chaque journée de formation dans le cadre ce programme de 5 jours (1H en distanciel)

Suivi individuel auprès du dirigeant et ou du cadre commercial aidant tant au pilotage qu'au déploiement des actions et engagements pris en séance dans le cadre du « plan d'action » rédigé en fin de module

### **INTERVENANTS**

Consultants formateurs experts seniors, dotés d'un véritable sens de la pédagogie et d'une expérience terrain éprouvée.