




# PROGRAMME DE FORMATION

**“Développer le portefeuille client en mettant en œuvre des actions commerciales ciblées”**

 06 59 69 51 86

 [smr.formation@gmail.com](mailto:smr.formation@gmail.com)

 1 Rue du Débarcadere 92700 Colombes

### **Modalités d'admission et de déroulement**

Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail, 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 au 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 : 06 59 69 51 86 / [smr.formation@gmail.com](mailto:smr.formation@gmail.com)

### **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 fondamentaux de la relation client
- Connaître les produits et services bancaires
- Disposer d'une première expérience commerciale ou en relation client

### **Public concerné**

Managers, chefs d'équipe, cadres intermédiaires et toute personne en responsabilité d'encadrement souhaitant renforcer ses compétences en leadership et sa posture managériale.

### **Objectifs et compétences visées**

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Identifier les segments de clientèle à fort potentiel
- Analyser les données clients pour prioriser les actions commerciales
- Prospector de nouveaux clients en mobilisant des techniques adaptées au secteur bancaire
- Structurer une démarche commerciale efficace et orientée résultats
- Mettre en œuvre des campagnes commerciales ciblées
- Transformer des opportunités en ventes concrètes
- Déployer des actions de fidélisation client durables
- Suivre et piloter la performance commerciale du portefeuille

### **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**

640 € TTC

## Programme de formation détaillé

### Jour 1 : Cibler et prospecter efficacement

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

- Présenter les objectifs et le déroulé de la formation
- Identifier les attentes individuelles des participants
- Formaliser les indicateurs de réussite

08h30 - 10h00 : Analyse et segmentation du portefeuille client

- Identifier les critères de segmentation pertinents (valeur, potentiel, comportement)
- Analyser les données clients pour détecter les opportunités commerciales
- Prioriser les segments à fort potentiel

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Définition des cibles commerciales et stratégie d'approche

- Définir les personas clients dans le secteur bancaire
- Adapter les propositions de valeur selon les segments
- Structurer une stratégie de ciblage efficace

12h00 - 13h30 : Pause déjeuner

13h30 - 15h00 : Techniques de prospection bancaire

- Identifier les canaux de prospection adaptés (téléphone, digital, réseau)
- Construire un argumentaire de prospection impactant
- Mettre en œuvre des techniques de prise de contact efficaces

15h00 - 15h15 : Pause

15h15 - 17h00 : Mise en pratique – simulation de prospection

- Réaliser des simulations d'appels ou d'entretiens de prospection
- Appliquer les techniques de questionnement et d'écoute active
- Analyser les pratiques et ajuster les postures commerciales

## **Jour 2 : Transformer et fidéliser**

08h00 - 08h30 : Retour sur les acquis et ancrage

- Évaluer les acquis de la veille
- Partager les retours d'expérience
- Ajuster les pratiques

08h30 - 10h00 : Conduite de l'entretien commercial structuré

- Structurer les étapes de l'entretien (découverte, argumentation, conclusion)
- Identifier les besoins explicites et implicites du client
- Adapter l'offre bancaire aux attentes du client

10h00 - 10h15 : Pause

10h15 - 12h00 : Techniques de transformation et traitement des objections

- Identifier les freins à la décision
- Argumenter de manière convaincante
- Conclure efficacement la vente

12h00 - 13h30 : Pause déjeuner

13h30 - 15h00 : Mise en œuvre de campagnes commerciales ciblées

- Concevoir un plan d'action commercial
- Planifier et piloter des campagnes multicanales
- Suivre les indicateurs de performance commerciale

15h00 - 15h15 : Pause

15h15 - 17h00 : Fidélisation et développement durable du portefeuille

- Mettre en œuvre des actions de fidélisation personnalisées
- Développer la relation client sur le long terme
- Mesurer la satisfaction et ajuster les actions

## **Méthode d'évaluation**

Évaluation finale sous forme de mise en situation commerciale complexe où chaque participant devra démontrer sa capacité à analyser un portefeuille client, proposer une stratégie commerciale adaptée, conduire un entretien de vente et mettre en œuvre des actions de fidélisation, suivie d'un débriefing personnalisé avec le formateur.