

# Développement commercial, clientèle et priorités pour organisme de formation

Plage de réalisation : 5 jours - Durée estimée : 35 heures

## Programme de formation

### Public visé

Dirigeants, responsables commerciaux, responsables pédagogiques, chargés de développement, conseillers formation, assistants commerciaux, responsables administratifs, indépendants ou collaborateurs d'un organisme de formation souhaitant structurer leur développement commercial, améliorer leur suivi client et mieux gérer leurs priorités.

Cette formation est particulièrement adaptée aux organismes de formation souhaitant développer leur portefeuille client, améliorer leur taux de transformation, structurer leurs relances, renforcer la relation client et mieux piloter les actions commerciales au quotidien.

### Pré-requis

Savoir lire, écrire et utiliser les outils bureautiques courants.

Avoir une activité ou un projet en lien avec la formation professionnelle, la vente de prestations de service, l'accompagnement client ou le développement commercial.

Une première expérience en relation client, gestion administrative, prospection ou suivi commercial est recommandée, mais non obligatoire.

### Informations sur l'admission

Inscription depuis la fiche programme sur notre site, en cliquant sur le bouton "inscription".

Nous nous engageons à vous apporter une réponse sous 7 jours.

Les délais d'accès sont généralement inférieurs à 3 jours après validation.

Un échange préalable peut être proposé afin d'identifier le contexte de l'organisme, son offre, ses publics cibles, ses canaux d'acquisition, ses difficultés commerciales et ses priorités opérationnelles.

### Profil du/des formateur(s)

Votre formateur est un professionnel expérimenté de l'intelligence artificielle générative, de la transformation digitale, de l'automatisation bureautique et de la pédagogie en formation continue pour adultes.

Il accompagne les participants dans l'utilisation concrète des outils IA, la structuration des prompts, l'analyse des résultats et la mise en place de méthodes de travail fiables.

### Objectifs pédagogiques

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

- analyser son positionnement commercial et son offre de formation ;
- identifier ses cibles prioritaires et ses opportunités de développement ;
- construire un argumentaire commercial clair et adapté ;
- qualifier efficacement les demandes entrantes ;
- structurer une démarche de prospection et de relance ;
- traiter les objections courantes ;
- améliorer la relation client avant, pendant et après la formation ;
- mettre en place un suivi commercial simple et fiable ;
- prioriser ses actions selon leur impact commercial ;
- organiser son temps pour mieux piloter son activité ;
- construire un plan d'action commercial opérationnel.



## Description / Contenu

Formation animée par un formateur expert, alternant apports méthodologiques, exercices pratiques, mises en situation, travaux individuels et cas concrets liés aux organismes de formation.

Supports fournis :

- support de cours ;
- grille d'analyse de l'offre ;
- modèle d'argumentaire commercial ;
- grille de qualification prospect ;
- scripts de relance ;
- trames d'emails commerciaux ;
- matrice de priorisation ;
- modèle de tableau de suivi commercial ;
- plan d'action final.

Votre formateur accompagne chaque participant dans la construction d'outils directement exploitables pour développer son activité et améliorer son organisation commerciale.

### Jour 1 – Clarifier son offre, son marché et ses cibles

#### Comprendre les enjeux commerciaux d'un organisme de formation

- Les spécificités de la vente de formation
- Différence entre vendre une formation, vendre une compétence et vendre un résultat attendu
- Les attentes des particuliers, entreprises, financeurs et prescripteurs
- Les freins fréquents : prix, financement, disponibilité, urgence, confiance, lisibilité de l'offre
- Le cycle commercial d'un organisme de formation
- Les points de friction entre commercial, administratif et pédagogique

#### Analyser son offre de formation

- Identifier les formations les plus vendables
- Clarifier les bénéfices clients
- Distinguer caractéristiques, avantages et résultats attendus
- Repérer les offres trop floues ou trop génériques
- Adapter le discours selon la cible : particulier, entreprise, demandeur d'emploi, responsable RH, dirigeant
- Atelier : reformuler une offre de formation en langage client

#### Identifier ses cibles prioritaires

- Définir ses segments clients
- Prioriser les cibles selon potentiel, accessibilité et rentabilité
- Identifier les prescripteurs et partenaires possibles
- Construire des profils types de clients
- Comprendre les besoins et objections par cible
- Atelier : matrice cibles / besoins / offres / messages

### Jour 2 – Construire son argumentaire et améliorer la conversion

#### Construire un argumentaire commercial clair

- Présenter son organisme de formation
- Présenter une formation sans réciter un programme
- Valoriser l'accompagnement, les résultats, la pédagogie et le suivi
- Adapter le discours au niveau du prospect
- Structurer un argumentaire court
- Structurer un argumentaire détaillé
- Atelier : création d'un pitch commercial

#### Qualifier une demande entrante

- Identifier le besoin réel

- Poser les bonnes questions
- Comprendre le niveau, l'objectif, l'urgence et les contraintes
- Vérifier la cohérence entre besoin, formation et financement
- Éviter les inscriptions mal qualifiées
- Formaliser les informations utiles dans un outil de suivi
- Atelier : grille de qualification prospect

#### **Traiter les objections**

- Prix
- Financement
- Disponibilité
- Doute sur l'utilité
- Comparaison avec un concurrent
- Manque de temps
- Demande de remise
- Peur de l'échec
- Objection administrative
- Atelier : réponses professionnelles aux objections courantes

### **Jour 3 — Prospector, relancer et développer son portefeuille**

#### **Structurer sa prospection**

- Définir les canaux de prospection adaptés
- Prospection téléphonique
- Email commercial
- LinkedIn et réseaux professionnels
- Partenariats locaux
- Réactivation d'anciens contacts
- Recommandation et bouche-à-oreille
- Événements et prescripteurs
- Construire une base de prospects exploitable

#### **Rédiger des messages commerciaux efficaces**

- Objet de mail
- Accroche
- Proposition de valeur
- Preuve
- Appel à l'action
- Ton professionnel et non agressif
- Relance courte
- Relance après devis
- Relance après abandon
- Atelier : rédaction de 3 modèles de messages commerciaux

#### **Mettre en place une stratégie de relance**

- Pourquoi la relance est souvent le point faible
- Définir un rythme de relance
- Relancer sans harceler
- Prioriser les prospects chauds
- Suivre les devis envoyés
- Relancer les anciens apprenants
- Relancer les entreprises clientes
- Atelier : construction d'un scénario de relance

### **Jour 4 — Fidéliser, développer la clientèle et piloter l'activité**

#### **Améliorer la relation client**

- Les étapes de la relation client avant, pendant et après la formation

- Qualité de l'accueil et de l'information
- Suivi administratif clair
- Communication pédagogique
- Gestion des insatisfactions
- Collecte des avis
- Témoignages et recommandations
- Transformer un apprenant satisfait en prescripteur

#### **Développer la valeur client**

- Proposer une suite de parcours
- Identifier les besoins complémentaires
- Construire des offres additionnelles cohérentes
- Fidéliser les entreprises
- Réactiver les anciens clients
- Développer les recommandations
- Atelier : plan de fidélisation client

#### **Piloter son activité commerciale**

- Choisir des indicateurs simples
- Nombre de demandes entrantes
- Nombre de devis envoyés
- Taux de transformation
- Relances à effectuer
- Sources de prospects
- Chiffre d'affaires signé
- Formations les plus demandées
- Construire un tableau de suivi commercial exploitable
- Atelier : tableau de bord commercial simplifié

## **Jour 5 — Gestion des priorités et plan d'action commercial**

#### **Gérer son temps et ses priorités**

- Identifier les tâches à forte valeur commerciale
- Différencier urgent et important
- Repérer les tâches chronophages
- Réduire les interruptions
- Organiser ses relances
- Planifier les actions commerciales
- Bloquer des créneaux de prospection
- Éviter la dispersion entre administratif, commercial et pédagogique
- Mettre en place une routine hebdomadaire

#### **Organiser son pipeline commercial**

- Classer les prospects par maturité
- Définir les prochaines actions
- Prioriser les relances
- Suivre les devis et opportunités
- Identifier les prospects perdus
- Mettre à jour son fichier commercial
- Atelier : construction d'un pipeline simple

#### **Construire son plan d'action final**

- Définir ses objectifs à 30 et 60 jours
- Choisir ses cibles prioritaires
- Fixer ses actions de prospection
- Préparer ses messages de relance
- Déterminer ses indicateurs de suivi

- Planifier ses routines commerciales
- Atelier final : plan d'action commercial personnalisé

## Modalités pédagogiques

### Niveau de granularisation

- 5 journées de formation structurées
- 15 séquences pédagogiques
- Exercices pratiques
- Cas spécifiques aux organismes de formation
- Travail sur l'offre et l'argumentaire
- Simulation d'entretien commercial
- Construction d'un tableau de suivi
- Plan de prospection et de relance
- Plan d'action final sur 60 jours

Vous bénéficiez d'un accompagnement pédagogique personnalisé, composé d'apports méthodologiques, d'ateliers pratiques, de mises en situation, d'analyses de cas et de travaux appliqués à votre organisme ou projet.

Méthodes mobilisées :

- méthodes expositives ;
- méthodes participatives ;
- méthodes démonstratives ;
- méthodes actives ;
- jeux de rôle ;
- ateliers de production ;
- études de cas ;
- plan d'action individualisé.

## Moyens et supports pédagogiques

Méthode d'évaluation : QCM, quiz, exercices pratiques, mises en situation, étude de cas et plan d'action.

- Test de positionnement en début de formation
- Évaluation continue au fil des ateliers
- Mise en situation commerciale
- Évaluation des productions réalisées
- Quiz final
- Présentation d'un plan d'action commercial
- Attestation de fin de formation

## Modalités d'évaluation et de suivi

QCM, quiz, exercices pratiques, productions écrites et cas pratiques.

- Test de positionnement en début de formation
- Évaluation continue pendant les ateliers
- Correction des prompts produits
- Évaluation de livrables générés avec l'IA
- Quiz final
- Réalisation d'un plan d'action personnel ou professionnel
- Attestation de fin de formation

## Informations sur l'accessibilité

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Un entretien préalable permettra de déterminer les conditions d'accessibilité afin d'organiser le déroulement de la formation dans les meilleures conditions possibles et d'effectuer les aménagements nécessaires.