

# STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DE CLIENTÈLE : Se différencier, se rendre visible, se vendre



- **Type de formation** : Action de formation professionnelle
- **Public concerné** : Tout professionnel du droit ayant le souhait de développer sa clientèle
- **Modalités de la formation** : Formation Individuelle / Collective
- **Durée totale** : 15h de formation
- **Dates & horaires** : Fixés d'un commun accord avec le client
- **Lieu de la formation** : Présentiel / Visio Conférence (pour accès aux personnes porteurs d'un handicap : nous consulter)
- **Délai d'inscription** : 1 semaine avant le démarrage de la formation
- **Prérequis** : Maîtrise de la langue française pour l'exploitation des supports écrits
- **Tarifs** :
  - Accompagnement Individuel** 1800€ HT
  - Forfait structure** : 4800€HT (par groupe de 6 participants maximum)
- **Inscription** : [contact@wpeacock.com](mailto:contact@wpeacock.com)

**FINANCEZ CE PROGRAMME**

## EXPERTISE DU FORMATEUR

Marine CAHN, la fondatrice de **WHITE PEACOCK**, est la formatrice du cabinet. Elle dispose d'une solide expertise métier compte tenu de ses onze années d'expérience en cabinets d'avocats d'affaires. Elle a obtenu la certification nécessaire à l'utilisation d'outils de coaching professionnel pour répondre à certaines problématiques. Elle est habilitée à utiliser le MBTI® (Myers Briggs Type Indicator) - Niveau I, un outil d'analyse des personnalités qui permet à ses clients de comprendre l'origine de certains de leurs comportements professionnels.

## OBJECTIFS DE LA FORMATION - COMPÉTENCES VISÉES

➤ **Comprendre les différents leviers du développement de clientèle, apprendre à exploiter pleinement une clientèle existante, se différencier de ses concurrents, développer sa visibilité sur le marché, apprendre à mieux se vendre.**

- Connaître les principes de base d'une stratégie de développement de clientèle évolutive
- Savoir exploiter les 4 canaux de développement de clientèle
- Identifier les différents objectifs de développement pour initier les bonnes actions commerciales
- Savoir choisir les *Key Performance Indicators* correspondants à ses objectifs
- Elaborer un BP détaillé
- Analyser sa clientèle actuelle pour identifier les secteurs rentables à développer
- Analyser les différents besoins de sa clientèle pour élaborer des offres sur mesure
- Distinguer les cibles principales des cibles prescriptrices
- Savoir habiller ses offres
- Savoir construire et mener une action de communication efficace
- Connaître les opportunités et les limites issues des règles déontologiques
- Identifier les différents supports de communication



- ❑ Préparer et construire son PITCH
- ❑ Mener un entretien de vente de A à Z
- ❑ Savoir questionner et convaincre les clients
- ❑ Connaître les points forts de sa personnalité pour gagner en confiance et valider son avantage concurrentiel
- ❑ Fidéliser sa clientèle en 4 étapes clés
- ❑ Savoir demander une recommandation professionnelle
- ❑ Faire de ses collaborateurs un levier de développement
- ❑ Scaler son activité pour optimiser son CA tout en préservant sa charge de travail
- ❑ Gérer son calendrier professionnel pour gérer son développement et son équilibre

## **LE PROGRAMME**

### **THÉMATIQUE N°1 - POINT DE DÉPART**

- ❑ Auditer l'existant
- ❑ Identifier des objectifs spécifiques
- ❑ S'imprégner des 5 principes incontournables en phase de développement commercial

### **THÉMATIQUE N°2 - CADRE DU DÉVELOPPEMENT DE CLIENTÈLE**

- ❑ 4 canaux de développement de clientèle
- ❑ Objectifs fixés vs actions de développement
- ❑ Définition d'objectifs S.M.A.R.T
- ❑ *Key Performance Indicators* et outils de suivi

### **THÉMATIQUE N°3 - PROJECTIONS CHIFFRÉES**

- ❑ Analyse des objectifs financiers
- ❑ Elaboration / analyse du Business Plan
- ❑ De l'analyse financière à la stratégie de développement

### **THÉMATIQUE N°4 - CLIENTÈLE & BESOINS**

- ❑ Analyse de la clientèle existante et processus de segmentation : principe, méthode, avantages et outils
- ❑ Identification des cibles principales et des cibles prescriptrices
- ❑ Le marketing des offres : principe et méthode
- ❑ Votre *Unique Selling Proposition*

### **THÉMATIQUE N°5 - COMMUNICATION & VENTE (1)**

- ❑ Les différents types de communication
- ❑ Les différents canaux de communication
- ❑ Vos réseaux

### **THÉMATIQUE N°6 - COMMUNICATION & VENTE (2)**

- ❑ Communication et déontologie : opportunités et limites
- ❑ Le PITCH : préparation et structure



### **THÉMATIQUE N°7 - COMMUNICATION & VENTE (3)**

- ❑ *Check list* détaillée des actions de communication
- ❑ *Return on Investment* des actions de communication

### **THÉMATIQUE N°8 - ORGANISATION DU CALENDRIER DE TRAVAIL**

- ❑ Les scalabilité de votre activité
- ❑ Les 4 quadrants de la matrice d'EISENHOWER pour gérer son temps et ses priorités

### **THÉMATIQUE N°9 - L'ÉQUIPE AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT**

- ❑ La structure de l'équipe
- ❑ Le *mantra* : principe et utilisation
- ❑ Les étapes essentielles d'un programme d'*onboarding*

### **THÉMATIQUE N°10 - SOFT SKILLS (1)**

- ❑ Découverte de son profil de personnalité MBTI (*Myers Briggs Type Indicators*) et de ses aptitudes à la communication et à la vente
- ❑ Analyse de différentes situations propres au développement commercial

### **THÉMATIQUE N°11 - SOFT SKILLS (2)**

- ❑ La gestion du client difficile
- ❑ Le client qui fait figure d'autorité
- ❑ Les signes de reconnaissance en matière de développement de clientèle



## MÉTHODE & MOYENS PÉDAGOGIQUES

- ❖ Evaluation des besoins et des objectifs spécifiques du client
- ❖ Etude du profil de personnalité (MBTI®)
- ❖ Apport de connaissances théoriques
- ❖ Travaux pratiques - Mises en situation - Retours d'expériences
- ❖ Supports pédagogiques écrits (exercices)
- ❖ Comptes rendus de séances écrits
- ❖ Synthèse générale à la fin de la formation reprenant les points structurants de la démarche, notamment le projet, les atouts et le plan d'action

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

- ❖ Questionnaires de début et fin de formation
- ❖ Questionnaires intermédiaires
- ❖ Grilles d'auto-évaluation de compétences
- ❖ Evaluation continue au moyen des échanges avec le formateur lors des réunions physiques, par visioconférence, téléphone et mail

## SUIVI ET APPRÉCIATION DES RÉSULTATS

### Suivi de l'exécution :

- ❖ Feuilles de présences signées par le client et le formateur
- ❖ Attestation de fin de formation mentionnant les objectifs, la nature et la durée de l'action et les résultats de l'évaluation des acquis de la formation

### Appréciation des résultats :

- ❖ Questionnaire d'évaluation de la satisfaction en fin de formation

## PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

La prestation est ouverte à tout public. Les locaux dans lesquels se déroulera la formation en présentiel devront être accessibles aux personnes handicapées. Les locaux de WHITE PEACOCK sont situés au 4/6 RUE ULYSSE GAYON 33000 BORDEAUX et sont accessibles à ces personnes - Nous contacter en cas de besoin d'accessibilité pour un participant.