

kestio

Formations **2025**

Spécialiste de
l'Excellence
Commerciale
depuis 2005



Vente

Relation Client

Marketing

IA - CRM

Management

Compétences humaines

Vous sentez que vos formations commerciales actuelles manquent d'impact ?
 Vos commerciaux doivent mieux réussir dans un environnement toujours plus exigeant ?

KESTIO transforme la formation en une expérience engageante et actionnable, alignée avec vos objectifs de développement des compétences.

Grâce à notre méthode Active Training ZÉRO SLIDE, basée sur des outils concrets et une pédagogie interactive, vos équipes gagnent en compétences dès les premiers ateliers. Chaque participant devient acteur de son propre parcours.

Imaginez une équipe commerciale qui applique efficacement les meilleures pratiques, booste ses performances et atteint ses objectifs avec confiance. Nos formations sont conçues pour créer une transformation durable qui allie le meilleur de l'expertise humaine et du digital.

Rejoignez KESTIO et découvrez **comment libérer leur plein potentiel dès aujourd'hui !**

Fabien Comtet
Président Fondateur

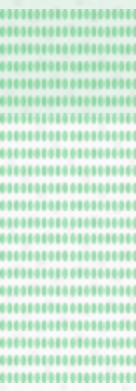


Nos convictions





Les solutions traditionnelles de Formation ne fonctionnent plus alors que **la nécessité de changement n'a jamais été si forte**



L'outil « formation » patine et ne correspond plus au public commercial

- ✓ Méthodes uniformes et imposées
- ✓ Effets peu durables
- ✓ Peu de changements réels

Des changements actuels qui mettent les ventes en risque

- ✓ Tensions économiques
- ✓ Emergence de la technologie
- ✓ Préférences d'achat seul

RÉSULTATS

90% des dépenses actuelles de formation
ne se traduisent pas par un ancrage des compétences
et une amélioration des performances.

(Source : International Journal of Training Development)



Nous augmentons la performance grâce à 3 clés de succès d'accompagnement



L'ENVIE SE CRÉE

pour inverser le
rapport à
l'apprentissage



LA LOGIQUE DES PAS RÉGULIERS*

pour passer au sur-mesure, à
l'individualisé et au progressif



LA COMMUNAUTÉ DE PARTAGE

comme source puissante de
motivation et de
reconnaissance

RÉSULTATS

100% immersive, 0 slide, pour des compétences appliquées et durables. Apprendre, c'est agir !



Qu'est-ce que la formation en **Active training** ?

Découvrez les formations ZÉRO SLIDE qui transforment l'apprentissage en impact durable. Avec une interface intuitive, nos formations replacent l'apprenant au cœur de l'action, permettant une immersion immédiate avec l'expert. Inspirée des principes de Kirkpatrick et de la règle des 70/20/10, notre méthode stimule la pratique "on the job" et maximise la rétention. À la clé : des compétences réellement acquises et appliquées.

Chaque séquence pédagogique au sein d'une session est centrée sur un outil ou une technique, partagés sous forme de canevas directement utilisable.

Le participant dispose ainsi d'éléments concrets à mettre en œuvre au quotidien. Cela permet de faire évoluer rapidement ses pratiques professionnelles.

Basée sur **notre expérience d'animation auprès de plus de 5000 participants**, nous avons observé et modélisé les **clés de succès** de chaque séquence pédagogique pour obtenir le meilleur résultat



Concentration

Groupes de 3 à 12 personnes pour garantir le lien et l'implication. Présentiel ou distanciel.



Mise en pratique

Pédagogie d'interaction toutes les 10 à 20 minutes maximum.



Suivi

5 blocs pédagogiques par module et constitués de 2 à 3 séquences-outils.



Mémorisation

Gamification et défis intersessions pour assurer l'intégration en distanciel.

20 ans d'expérience dans la fonction commerciale

- Fondé en 2005
- Méthode Active Training
- Pédagogie inversée
- + 10000 commerciaux formés
- Kestio System ©
- + 50 formateurs certifiés et supervisés
- Académie en ligne 24/7
- Spécialiste sur la formation des métiers de la vente et de la relation client
- Plateforme kestio.live en présentiel et en distanciel



Nos convictions sur l'avenir de la vente

Le métier de la vente, à haute valeur ajoutée, **doit se moderniser** face aux évolutions des clients et du numérique.

1. Les techniques des années 90 ne suffisent plus.
2. 67% des achats, en BtoB et BtoC, se font en ligne aujourd'hui
3. Passer d'une approche produit à une approche client permet de redonner du sens aux échanges humains et de fournir des conseils avisés.

C'est une réponse à la pression sur les prix et une manière de **contrer les prédictions de disparition du métier commercial d'ici 15 ans.**



L'importance de l'entraînement

Notre conviction

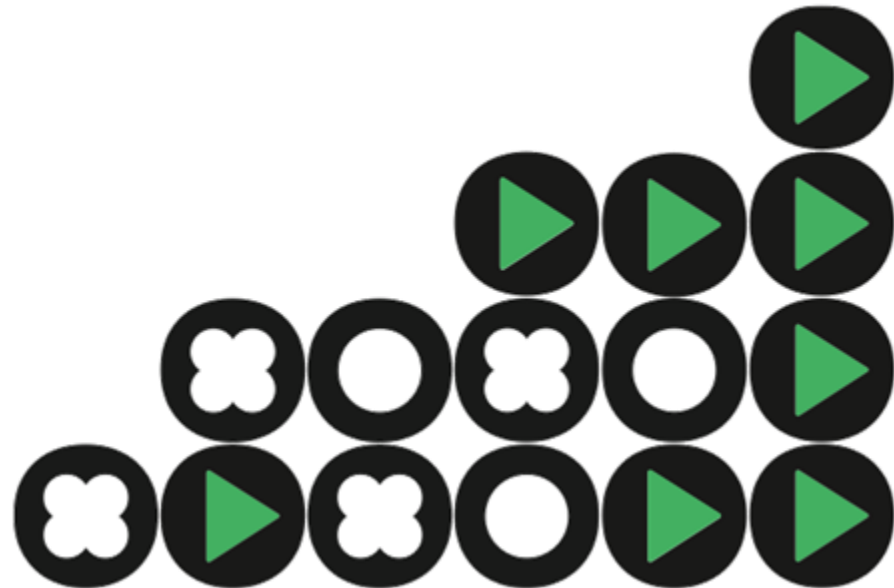
Un commercial est un athlète de haut niveau.
Sa performance dans la durée repose sur l'entraînement et le coaching.
Tout le monde peut progresser, avec la motivation et les compétences.

La clé ?

- ❖ **L'entraînement et des feedbacks réguliers ;**
- ❖ Le coaching ne se limite pas aux baisses de performance, tout comme les sportifs de haut niveau ont **toujours besoin d'entraînement ;**
- ❖ Les progrès viennent de la **répétition constante**, sur et hors du terrain, avec des **coachs focalisés sur l'individu.**



Notre approche





Faire progresser le Questionnement et la qualité du dialogue grâce aux mises en situation



Les objectifs ?

- Faire émerger les intérêts et enjeux de vos interlocuteurs grâce au Questionnement
- Mener des entretiens performants
- Mettre en place une démarche structurée
- Développer un questionnement fluide

Les résultats ?

- Améliore significativement vos techniques conversationnelles et développe votre capacité à questionner et à obtenir l'engagement
- Une approche innovante et gamifiée pour animer les jeux de rôle
- Training en 5 langues : français, anglais, espagnol, italien, allemand

Nos outils

Kestio Commercial : pour maîtriser le questionnement et la prise d'accord tout au long de l'entretien de vente

Kestio Manager : pour maîtriser la qualité relationnelle du manager lors des suivis individuels de performance

Kestio Shop : pour créer du lien et obtenir un maximum d'informations dans un temps court pour développer les ventes additionnelles



0 slide, 100% actionnable

1. Une Immersion Totale, Zéro Slide

- Approche visuelle et interactive : une vue d'ensemble claire
- Fin des sessions descendantes et passives – chaque participant devient acteur de son apprentissage

2. Méthodologie Révolutionnaire pour des Résultats Concrets

- Inspirée du modèle Kirkpatrick pour travailler l'application dans le quotidien et un impact business réel
- Des micro-learning intégrés à chaque étape, pour une application immédiate et mémorisable

3. Impact Durable pour les Populations Commerciales

- Formation axée sur des situations réelles et mises en situation fréquentes
- Le contenu représente 10% environ chaque atelier, les 90% sont consacrées à la mise en œuvre et au partage entre pairs

4. Un Format Intuitif et Engageant

- Interface moderne et stimulante, optimisée pour la prise en main rapide.
- Favorise la collaboration et l'apprentissage participatif pour un ancrage plus profond

5. Pourquoi Choisir une Formation Sans Slide et avec un expert ?

- Grâce au meilleur du digital et de l'humain, on obtient +30% d'engagement des participants grâce à l'interactivité et la pertinence des contenus.



Nos outils de cartographie des compétences

CONTEXTE

Dans un monde où les **compétences commerciales évoluent rapidement**, il est essentiel de fournir à vos équipes un cadre de développement clair et mesurable. Notre approche de formation propose un outil visuel puissant, comme ce graphique radar, pour **évaluer les compétences clés**.

RADAR

Cartographie des forces et axes d'amélioration de chaque commercial
Vue globale et précise des domaines où la formation est nécessaire

Personnalisation des parcours de formation en fonction des besoins réels

Garantie d'un développement ciblé et retour sur investissement optimal.

BÉNÉFICE

Suivi des progrès, ajustement des objectifs et motivation des équipes

Identification des talents interne

Aide à la prise de décision pour d'éventuels plans de carrière

POURQUOI INVESTIR ?

Pour renforcer l'efficacité de vos équipes commerciales tout en garantissant que leur évolution correspond aux exigences modernes du marché.

Possibilité de démarrer nos accompagnements par cette phase d'état des lieux pour mettre en perspective la formation dans la durée et lui donner du sens.





L'implication des managers

Notre conviction

Impliquer les managers commerciaux dès le début du processus de formation **est crucial**.

Nous les intégrons dès le choix des formations, en recueillant leurs besoins à travers la session de cadrage.

Pourquoi ?

- ✓ Cadrer les attentes et aligner les objectifs
- ✓ Donner du sens à la formation
- ✓ Encourager une participation active
- ✓ Favoriser l'ancrage des compétences après les sessions
- ✓ Rôle dans la restitution post-formation pour soutenir l'application des nouvelles compétences sur le terrain

La méthodologie

Dans le **modèle 70-20-10**, les managers assurent **20% de l'apprentissage**, en complément des **70% réalisés sur le terrain** et des **10% en formation**.

Leur implication garantit ainsi une transformation durable des pratiques commerciales.



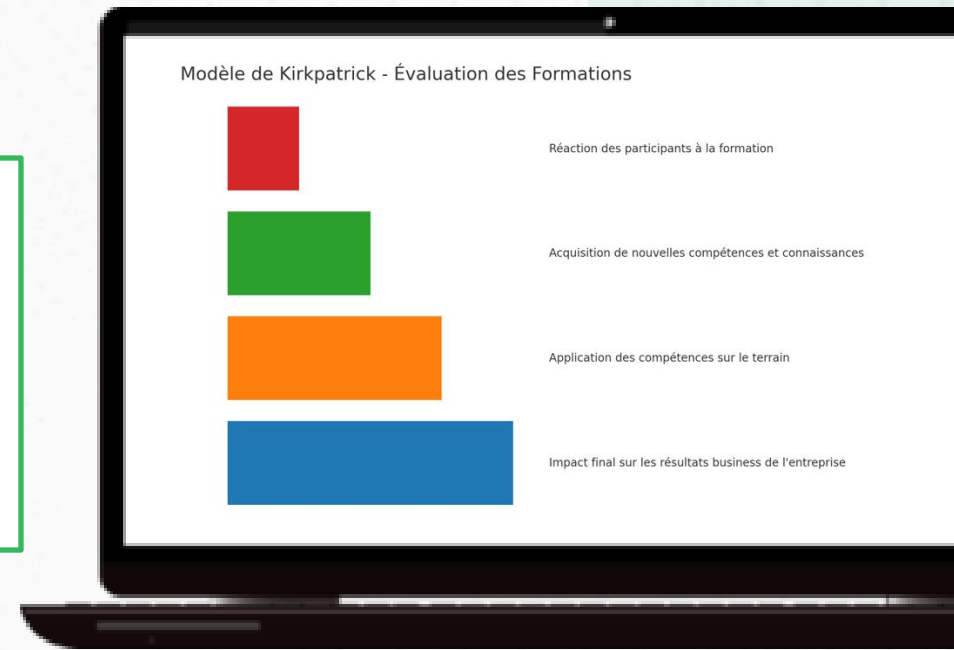


La mesure de la performance

Le modèle de Kirkpatrick

Cadre reconnu pour évaluer l'efficacité des formations à travers 4 niveaux : réaction, apprentissage, comportement et résultats.

Ce modèle est un outil clé pour les RH afin de mesurer la satisfaction immédiate des participants et l'impact réel sur la performance des commerciaux et les résultats de l'entreprise.



Les leviers pour aller chercher de l'impact 🚀

- ❖ **5 objectifs clés par module**, délimitant le parcours du participant par la visualisation claire du début et de la fin de chaque thème. Cette facilité à se repérer dans la progression permet plus facilement de suivre le parcours pendant et après la formation ;
- ❖ Sessions animées autour de **blocs pédagogiques courts et rythmés** ;
- ❖ 80% des blocs sont consacrés à la **mise en pratique** ;
- ❖ L'utilisation de la **pédagogie inversée** permet de prendre conscience de la pratique cible par la perception de l'écart avec sa pratique actuelle ;
- ❖ L'**activation en inter-session** que ce soit en présentiel ou en distanciel facilite l'ancrage et la personnalisation puis l'appropriation dans les sessions de travail avec le formateur.



Nos formats d'animation

Items	Parcours Distanciel	Parcours Présentiel
Nombre de participants	3 à 6	7 à 12
Cadrage	1 h	1 h
Debrief	1 h	1 h
Formation avec l'expert	5 x 2 h (10 h)	2 jours - 14 h
Microlearning, tutorat et défis	12 h	3 h
Ancrage post formation	En option	3 h *
Nombre d'heures total de formation par participant	22 heures	20 heures

* Les 3h d'ancrage sont prévues en sous-groupes de 6 participants maximum



Nos formats d'animation



SUIVI DE L'EXÉCUTION

Quizz d'évaluation des acquis
Questionnaire d'évaluation de la formation à chaud
Débrief de restitution des résultats de l'évaluation des acquis avec le client



DÉLAI D'ACCÈS À LA FORMATION

Prise en charge directe : délai minimum de 5 jours après signature de la convention
Prise en charge OPCO avec subrogation : après réception de l'accord de prise en charge*



ACCESSIBILITÉ

Formation accessible aux personnes en situation de handicap.
Contactez notre référente handicap : valerie.soldati@kestio.com



PRÉREQUIS

Cadrage
Questionnaire de positionnement



PARTICIPANTS

Distanciel : 2 à 6 participants intra
Présentiel : 7 à 12 participants intra
Option inter-entreprises sur demande

*Dans le cas d'une prise en charge OPCO avec subrogation, le contractant doit fournir à Kestio l'accord de prise en charge délivré par son OPCO mentionnant le nombre et la liste des stagiaires, la période de formation, et le coût pris en charge, au plus tard 10 jours avant le démarrage de la formation.

Le démarrage des formations ne peut être déclenché qu'après réception de l'accord de prise en charge.



+ 50 formateurs habilités et certifiés



Nous proposons le dispositif le plus adapté au niveau **expertises, dispositif pédagogique et technologie.**

- ✓ Plus de 15 ans d'expérience
- ✓ Habilitations à nos modules de formations et certification de plus de 40 heures
- ✓ Accompagnement en supervision et débrief de sessions



Références métiers

Services

Industrie / distribution

ESS / Impact

Logiciel / web / saas

Conseil / E.S.N

Média / communication

Santé / pharma / chimie

Nos modules de formation





Thèmes des formations

Excellence commerciale	22
Management	43
Relation Client	52
Compétences Humaines – Soft Skills	63
Marketing	74
Projets et logiciels CRM	81



Excellence Commerciale

CO-01

Réussir sa prospection commerciale & obtenir des rendez-vous
Formation en Blended Learning

CO-04

Maîtriser les techniques de négociation commerciale

CO-02a

Maîtriser les fondamentaux de la vente et toutes les étapes jusqu' à la signature

CO-05

Social Selling : Vendre avec les réseaux sociaux

CO-02b

Maîtriser les fondamentaux de la vente & la prise de rendez-vous
Formation en Blended Learning

CO-06

Développer l'approche agile dans les ventes auprès des Grands Comptes

CO-02c

Intégrer la démarche conseil à la vente B to B

CO-07

Intégrer la Visio et les outils à distance à son processus de vente

CO-03

Organiser son activité commerciale

CO-08

Intégrer l' IA générative dans son quotidien commercial



CO-01

Réussir sa **prospection commerciale** et **obtenir des rendez-vous** - *Blended Learning*



kestio



Les bénéfices obtenus

- Augmentation du nombre de rendez-vous obtenus et de leads générés
- Amélioration de la qualité des contacts et des points d'intérêt lors des conversations

Objectifs (Être capable de)

- Utiliser les méthodes et techniques pour prospecter efficacement
- Organiser votre temps et dimensionner vos actions en fonction de vos objectifs de prospection
- Segmenter, cibler et qualifier votre clientèle
- Appliquer les bonnes pratiques de la prise de rendez-vous par téléphone pour susciter l'intérêt des prospects
- Engager vers l'action grâce aux techniques d'emailing
- Gagner en visibilité sur les réseaux sociaux pour obtenir plus facilement des rendez-vous

Programme

1. L'organisation de la prospection

- Comprendre les enjeux de la posture conseil
- Intégrer les phases et jalons clés de l'approche Conseil
- Préparer la rencontre client et collecter des données

2. Le ciblage et le fichier

- Mettre en place l'évaluation de situation ou organiser des écoutes terrain
- Mener un recueil de données et de preuves
- Valoriser les écarts et le désir de changement

3. Le script et maîtriser les techniques de prise de rendez-vous

- Utiliser le questionnement projectif, la reformulation et la validation progressive
- Impliquer et engager le sponsor client
- Valider les enjeux et souhaits d'évolution

Ressources pédagogiques

- Auto-évaluation de ses pratiques commerciales
- Échange d'expériences, partage de bonnes pratiques, coaching
- E-learning pour acquérir des compétences théoriques
- Véritable logique de mise en pratique, d'action learning
- Établissement d'un plan de progrès en fin de session

4. L'emailing dans la prospection

- Elaborer la structure de la proposition en partant des enjeux clients et de nos convictions
- Construire un chiffrage et un budget avec le client
- Impliquer le client et le sponsor interne

5. Les réseaux sociaux en prospection

- Envisager les freins potentiels et les adresser
- Planifier les futurs usages et leur mise en place
- Organiser la transition et les étapes futures d'utilisation chez le client
- Positionner le suivi et s'assurer de la fidélisation client

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Commerciaux
- Business developpers
- Technico-commerciaux
- Consultants
- Managers commerciaux

Chiffres clés

- Avis clients : 4,2/5 (1283 avis)
- Taux de réussite: 100 %

* Ces indicateurs sont mis à jour chaque année à partir des éléments consolidés des années précédentes.
Source des indicateurs : Liste des apprenants formés/quizz de validation des acquis/évaluation de la formation



CO-02a

Maîtriser **les fondamentaux de la vente** et toutes les étapes jusqu' à la signature





Maîtriser les fondamentaux de la vente et toutes les étapes jusqu' à la signature

CO-02a

Les bénéfices obtenus

- Augmentation des actions commerciales, plus grande dextérité
- Meilleures structuration et conduite de l'entretien
- Meilleure identification des besoins clients et amélioration du closing

Objectifs (Être capable de)

- Déterminer et utiliser les méthodes et techniques commerciales grâce à des outils concrets pour structurer et conduire vos entretiens de vente efficacement
- Identifier les besoins client et argumenter pour valoriser sa solution
- Adopter les réflexes efficaces afin de développer vos ventes de manière durable

Programme

1. L'évolution du cycle commercial et les phases de la vente

- Les tendances dans le cycle commercial : du présentiel au digital.
- Le multicanal : utiliser les différents canaux (présentiel, visio, téléphone, digital)
- Les phases de la vente

2. Préparer et cadrer l'entretien commercial

- L'importance de la préparation : collecte des informations pertinentes sur le client et son contexte
- Techniques pour définir un cadre clair dès le début de l'entretien : objectifs, règles et déroulement.
- Élaboration de supports d'entretien et mise en place d'une structure adaptable à chaque client

3. Qualifier son client et identifier des besoins potentiels

- Techniques avancées de questionnement basées sur l'approche Kestio
- Identification des signaux d'achat et des motivations profondes du client.

4. Valoriser son offre et argumenter

- Méthodologie pour construire un pitch commercial percutant et adapté.
- Techniques d'argumentation : storytelling, preuve sociale et mise en avant des bénéfiques clients.
- Gestion de l'aspect émotionnel dans l'acte d'achat

5. Gérer les résistances et objections clients

- Analyse des objections courantes (prix, timing concurrence) et réponses adaptées.
- Stratégies pour garder le contrôle de l'entretien face aux résistances.
- Outils et méthodes pour désamorcer les résistances

6. Engager le client et conduire la vente

- Signaux de clôture : reconnaître les indicateurs
- Techniques de closing : formulation de l'engagement, négociation finale et mise en avant des prochaines étapes.
- Post-vente : maintenir le lien et transformer le client en ambassadeur pour générer des recommandations.

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Commerciaux
- Business developpers
- Technico-commerciaux
- Consultants
- Managers commerciaux

Chiffres clés

- Avis clients : 4,1/5 (2458 avis)
- Taux de réussite: 100 %

* Ces indicateurs sont mis à jour chaque année à partir des éléments consolidés des années précédentes.

Source des indicateurs : Liste des apprenants formés/quizz de validation des acquis/évaluation de la formation



CO-02b

Maîtriser les fondamentaux de la vente & la prise de rendez-vous - *Blended Learning*





Maîtriser les fondamentaux de la vente & la prise de rendez-vous – Blended Learning

CO-02b

Les bénéfices obtenus

- Augmentation du taux de transformation des rendez-vous en ventes
- Meilleures structuration et conduite de l'entretien
- Meilleure identification des enjeux clients et amélioration du closing

Objectifs (Être capable de)

- Prospecter efficacement grâce au plan de prospection et au script d'appel
- Identifier et utiliser les méthodes et techniques commerciales grâce à des outils concrets pour structurer et conduire vos entretiens de vente efficacement
- Identifier les enjeux client pour lui faire percevoir la valeur ajoutée de votre offre
- Adopter les réflexes efficaces afin de développer vos ventes de manière durable

Programme

- L'évolution du cycle commercial et les phases de la vente
- Prospection et prise de rendez-vous
- Préparer et cadrer l'entretien commercial
- Le questionnement et les outils du dialogue
- Argumenter et engager le client pour conclure la vente

Ressources pédagogiques

- Auto-évaluation de ses pratiques commerciales
- Échange d'expériences, partage de bonnes pratiques, coaching
- E-learning pour acquérir des compétences théoriques
- Véritable logique de mise en pratique, d'action learning
- Établissement d'un plan de progrès en fin de session

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Commerciaux
- Business developpers
- Technico-commerciaux
- Consultants
- Managers commerciaux

Chiffres clés

- Avis clients : 4,2/5 (1280 avis)
- Taux de réussite: 100 %

* Ces indicateurs sont mis à jour chaque année à partir des éléments consolidés des années précédentes.
Source des indicateurs : Liste des apprenants formés/quizz de validation des acquis/évaluation de la formation



CO-02c

Intégrer la démarche **conseil** Dans la **vente B to B** - *Blended Learning*





Intégrer la démarche conseil dans la vente B to B

CO-02c

Les bénéfices obtenus

- Augmentation du lien avec le client et approche à valeur ajoutée qui crée la confiance
- Meilleur taux de transformation
- Meilleur niveau de de fidélité client et ventes additionnelles

Objectifs

- Maîtriser les phases de l'approche conseil auprès de prospects et clients
- Savoir générer la validation d'un écart entre l'actuel et le souhaité
- Savoir embarquer les parties prenantes pour obtenir l'engagement client

Programme

1. Les phases de l'approche Conseil et la posture

- Comprendre les enjeux de la posture conseil
- Intégrer les phases et jalons clés de l'approche Conseil
- Préparer la rencontre client et collecter des données

2. Le diagnostic et l'écoute terrain

- Mettre en place l'évaluation de situation ou organiser des écoutes terrain
- Mener un recueil de données et de preuves
- Valoriser les écarts et le désir de changement

3. Les outils du dialogue et la validation d'intérêt

- Utiliser le questionnement projectif, la reformulation et la validation progressive
- Impliquer et engager le sponsor client
- Valider les enjeux et souhaits d'évolution

4. La co-construction de la proposition et la conduite de réunions-ateliers

- Elaborer la structure de la proposition en partant des enjeux clients et de nos convictions
- Construire un chiffrage et un budget avec le client
- Impliquer le client et le sponsor interne

5. Traiter les freins non exprimés et projeter sur les futurs usages

- Envisager les freins potentiels et les adresser
- Planifier les futurs usages et leur mise en place
- Organiser la transition et les étapes futures d'utilisation chez le client
- Positionner le suivi et s'assurer de la fidélisation client

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Commerciaux
- Business developpers
- Technico-commerciaux
- Consultants
- Managers commerciaux

Chiffres clés

- Avis clients : 4,2/5 (2301 avis)
- Taux de réussite: 100 %

* Ces indicateurs sont mis à jour chaque année à partir des éléments consolidés des années précédentes.
Source des indicateurs : Liste des apprenants formés/quizz de validation des acquis/évaluation de la formation

Ressources pédagogiques

- Auto-évaluation de ses pratiques commerciales
- Échange d'expériences, partage de bonnes pratiques, coaching
- E-learning pour acquérir des compétences théoriques
- Véritable logique de mise en pratique, d'action learning
- Établissement d'un plan de progrès en fin de session



Organiser son **activité commerciale**





Organiser son activité commerciale

CO-03

Les bénéfices obtenus

- Amélioration de son organisation commerciale
- Optimisation de son taux de transformation
- Augmentation du « panier moyen » sur les ventes réalisées

Objectifs (Être capable de)

- Prendre conscience de l'impact de son organisation sur ses résultats commerciaux
- Savoir construire son ciblage et sa segmentation de clientèle
- Acquérir des méthodes et techniques pour organiser son temps et ses efforts
- Connaître et savoir comment utiliser les outils d'aide au pilotage de l'action

Programme

- Le plan d'action commercial et les temps forts
- La remontée de pipeline et le calculateur d'efforts
- L'organisation hebdomadaire
- L'automatisation des activités commerciales
- La revue des actions et des outils de pilotage

Ressources pédagogiques

- Échange d'expériences et partage de bonnes pratiques
- Mises en situation et entraînements sur cas réels
- Remise d'un livret de synthèse en fin de session
- Établissement d'un plan de progrès en fin de session

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Commerciaux
- Business developers
- Technico-commerciaux
- Consultants
- Managers commerciaux

Chiffres clés

- Avis clients : 4/5 (1141 avis)
- Taux de réussite: 88 %

* Ces indicateurs sont mis à jour chaque année à partir des éléments consolidés des années précédentes.
Source des indicateurs : Liste des apprenants formés/quizz de validation des acquis/évaluation de la formation



Maîtriser les techniques de négociation commerciale





Maîtriser les techniques de négociation commerciale

CO-04

Les bénéfices obtenus

- Amélioration du taux de réussite sur les négociations de contrats
- Augmentation du volume des affaires négociés
- Sécurisation de l'issue des négociations

Objectifs (Être capable de)

- Savoir caractériser une situation de négociation et comprendre dans quelles conditions s'y engager
- Savoir préparer une négociation
- S'approprier les techniques de négociation pour augmenter les chances d'une issue gagnante
- Connaître les techniques des acheteurs et les profils de personnalités

Programme

- 1 - Les **règles du jeu** de la négociation
- Comprendre les enjeux de la posture conseil
 - Intégrer les phases et jalons clés de l'approche Conseil
 - Préparer la rencontre client et collecter des données

- 2 - La **préparation** d'une négociation
- Mettre en place l'évaluation de situation ou organiser des écoutes terrain
 - Mener un recueil de données et de preuves
 - Valoriser les écarts et le désir de changement

3 - La **gestion verbale et non verbale** et les **biais cognitifs**

- Utiliser le questionnement projectif, la reformulation et la validation progressive
- Impliquer et engager le sponsor client
- Valider les enjeux et souhaits d'évolution

- 4 - Les leviers de la **création de valeur**
- Elaborer la structure de la proposition en partant des enjeux clients et de nos convictions
 - Construire un chiffrage et un budget avec le client
 - Impliquer le client et le sponsor interne

5 - La **gestion des personnalités**

- Envisager les freins potentiels et les adresser
- Planifier les futurs usages et leur mise en place
- Organiser la transition et les étapes futures d'utilisation chez le client
- Positionner le suivi et s'assurer de la fidélisation client

Ressources pédagogiques

- Échange d'expériences et partage de bonnes pratiques
- Utilisation de la vidéo pour des débriefings complets et interactifs
- Travail sur les techniques de négociation et la dimension comportementale
- Mises en situation et entraînement sur cas métier et hors contexte pour favoriser la prise de conscience et l'appropriation directe des techniques

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Commerciaux
- Business developpers
- Technico-commerciaux
- Consultants
- Managers commerciaux

Chiffres clés

- Avis clients : 4,2/5 (2215 avis)
- Taux de réussite: 99 %

* Ces indicateurs sont mis à jour chaque année à partir des éléments consolidés des années précédentes.
Source des indicateurs : Liste des apprenants formés/quiz de validation des acquis/évaluation de la formation



CO-05

Social Selling - Vendre avec les réseaux sociaux





Social Selling - Vendre avec les réseaux sociaux

CO-05

Les bénéfices obtenus

- Amélioration du taux de réussite sur les négociations de contrats
- Augmentation du volume des affaires négociés
- Sécurisation de l'issue des négociations

Objectifs (Être capable de)

- Prendre conscience de l'intérêt des réseaux sociaux pour développer ses ventes
- Connaître les 10 principes d'efficacité commerciale avec les réseaux sociaux
- Comprendre comment construire et développer son personal branding
- Savoir comment générer plus d'opportunités commerciales en partageant des contenus ciblés à ses prospects
- Définir comment réduire le coût d'acquisition des prospects et augmenter le taux de transformation

Programme

1 - L'ère de la visibilité – clés de succès du social selling

- Comprendre les enjeux de la posture conseil
- Intégrer les phases et jalons clés de l'approche Conseil
- Préparer la rencontre client et collecter des données

2 - La construction d'un profil percutant

- Mettre en place l'évaluation de situation ou organiser des écoutes terrain
- Mener un recueil de données et de preuves
- Valoriser les écarts et le désir de changement

3 - La construction de son réseau : Guanxi, recherches et messages

- Utiliser le questionnement projectif, la reformulation et la validation progressive
- Impliquer et engager le sponsor client
- Valider les enjeux et souhaits d'évolution

Ressources pédagogiques

- Échange des meilleurs pratiques des experts
- Mises en pratique sur cas réels
- Approche pédagogique interactive et innovante, favorisant l'implication
- Établissement d'un plan de progrès individuel
- Remise d'un livret de synthèse en fin de session

4 - La stimulation des interactions : daily linkedin, contenu et diffusion

- Elaborer la structure de la proposition en partant des enjeux clients et de nos convictions
- Construire un chiffrage et un budget avec le client
- Impliquer le client et le sponsor interne

5 - L'engagement et l'obtention des rendez-vous

- Envisager les freins potentiels et les adresser
- Planifier les futurs usages et leur mise en place
- Organiser la transition et les étapes futures d'utilisation chez le client
- Positionner le suivi et s'assurer de la fidélisation client

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Commerciaux
- Business developers
- Technico-commerciaux
- Consultants
- Managers commerciaux

Chiffres clés

- Avis clients : 4,4/5 (1171 avis)
- Taux de réussite: 99 %

* Ces indicateurs sont mis à jour chaque année à partir des éléments consolidés des années précédentes.
Source des indicateurs: Liste des apprenants formés/quizz de validation des acquis/évaluation de la formation



CO-06

Développer l'approche agile dans les ventes auprès des Grands Comptes

Méthode de l'Echiquier ©





Développer l'approche agile dans les ventes auprès des Grands Comptes – (Méthode de l'Echiquier)

CO-06

Les bénéfices obtenus

- Amélioration du taux de transformation sur les affaires
- Augmentation de la valeur des deal signés

Objectifs (Être capable de)

- S'approprier une méthode d'analyse et de conduite des affaires
- Comprendre les bénéfices pratiques d'une analogie au jeu d'échecs
- Savoir anticiper, imaginer les coups adverses, réfléchir aux options et décider des meilleures prochaines actions
- Savoir comment garder le drive et co-construire avec le client

Programme

1. Le but du jeu et le matériel

- Comprendre la loi du business
- Intégrer l'objectif du jeu et l'analyse de pipeline
- Caractériser le terrain de jeu et les pièces

2. Les données clés pour jouer et lancer la partie

- Définir qui, où et quoi chercher sur le terrain de jeu
- Évaluer sa préparation pour jouer
- Comprendre comment trianguler l'information

3. Phase 1 du jeu & tactiques – qualifier le compte et l'affaire

- Intégrer les techniques d'entrée dans un compte
- Maîtriser le SPIN Selling et les techniques de questionnement projectif
- Comprendre les mouvements pour qualifier l'affaire

4. Phase 2 du jeu & tactiques : la proposition et le closing

- Intégrer l'assertivité à sa communication
- Comprendre comment conduire une réunion de co-construction de la proposition
- Intégrer les mouvements ultimes en cas de difficulté

5. La revue de compte et l'investigation d'affaire

- Comprendre comment scorer une opportunité
- Intégrer l'agenda et le processus d'une investigation de compte ou d'affaire

Ressources pédagogiques

- Échange d'expériences et partage des bonnes pratiques
- Établissement d'un plan de progrès individuel
- Remise d'un livret de synthèse en fin de session

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Commerciaux
- Business developpers
- Technico-commerciaux
- Consultants
- Managers commerciaux

Chiffres clés

- Avis clients : 4,1/5 (2303 avis)
- Taux de réussite: 98 %

* Ces indicateurs sont mis à jour chaque année à partir des éléments consolidés des années précédentes.

Source des indicateurs : Liste des apprenants formés/quizz de validation des acquis/évaluation de la formation



CO-07

Intégrer la Visio et les outils à distance à son processus de **vente B to B**



kestio



Intégrer la Visio et les outils à distance à son processus de vente B to B

CO-07

Les bénéfices obtenus

- Adhésion au mode de réunion visio et techniques à distance
- Impact et efficacité des réunions commerciales visio

Objectifs (Être capable de)

- Utiliser les outils digitaux visio et réseaux sociaux pour améliorer sa prospection
- Mieux impliquer et engager ses interlocuteurs dans la conduite d'un process de vente multicanal

Programme

1. Les phases du process de vente en multicanal

- Comprendre les évolutions des comportements
- Intégrer les phases du process de vente à distance
- Dimensionner un plan prospection

2. L'adaptation du process one to one pour les RV

- Intégrer les clés de succès du mental, verbal et non verbal
- Construire le script d'appel

3. Les étapes d'interaction et de co-construction

- Comprendre la structure de conduite du R1
- Qualifier le contexte et les enjeux avec la grille OPC1
- Comprendre la structure de conduite du R2

Ressources pédagogiques

- Questionnaires – quizz sur les connaissances abordées
- Mises en situation et utilisation des outils Visio
- Défis inter-sessions à partir de canevas et grilles d'auto-observation
- Plan de progrès et de mise en œuvre

4. La visio et les clés d'interaction engageantes

- Bien préparer une réunion visio
- Comprendre la structure d'animation d'une réunion visio
- Intégrer les do's et les don'ts de l'animation visio

5. La présence digitale continue

- Intégrer les possibilités d'interactions digitales à chaque phase du process de vente
- Optimiser son profil LinkedIn
- Construire une séquence de message LinkedIn et e-mails

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Commerciaux
- Technico-commerciaux
- Consultants
- Managers commerciaux
- Customer Success
- Manager
- Responsable relation client

Chiffres clés

- Avis clients 4/5 (2201 avis)
- Taux de réussite 100 %

* Ces indicateurs sont mis à jour chaque année à partir des éléments consolidés des années précédentes.
Source des indicateurs : Liste des apprenants formés/quizz de validation des acquis/évaluation de la formation



CO-08

Intégrer l' IA générative dans son quotidien commercial



kestio



Intégrer l' IA générative dans son quotidien commercial

CO-08

Les bénéfices obtenus

- Meilleure maîtrise de chatGPT et de l' IA générative
- Intégrer ChatGPT dans son activité quotidienne
- Gagner en efficacité et productivité

Objectifs (Être capable de)

- Comprendre le fonctionnement de l' IA et de chatgpt
- Comprendre comment utiliser l'IA dans l'activité professionnelle
- Savoir réaliser un prompt optimisé répondant à mes objectifs
- Être capable d' identifier les activités dans lesquelles chatgpt peut m'aider

Programme

- Introduction à l' IA et préparation de ChatGPT
- L'IA pour ma recherche de prospects et contacts
- L' IA pour préparer mes rdvs
- L' IA pour améliorer mes performances
- Aller plus loin : Utiliser GPT Builder et d'autres outils IA

Ressources pédagogiques

- Avant la formation : Questionnaire sur mon utilisation de l'IA
- Échange d'expériences et partage de bonnes pratiques
- Exercices hors contexte et dans le contexte sur l'utilisation de chatGPT pour intégrer les techniques et développer les réflexes efficaces
- Remise de mémo en fin de session
- Établissement d'un plan de progrès personnel

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Responsable marketing
- Responsable communication
- Responsable acquisition
- Content manager

Chiffres clés

- Avis clients :
- Taux de réussite :

NOUVEAUTÉ 2024



Formations Management

MGT-01

Développer la motivation individuelle

MGT-02

Devenir un manager-coach : Posture et pratiques

MGT-03

Améliorer son dispositif managérial pour gagner en efficacité

MGT-20

Faire évoluer son processus de vente vers la visio et le multicanal



Développer la **motivation individuelle**





Développer la motivation individuelle

MGT-01

Les bénéfices obtenus

- Réduction du turn-over
- Meilleure implication des équipes dans les projets de l'entreprise
- Augmentation du niveau d'engagement et d'efficacité de vos équipes
- Amélioration du bien-être au travail

Objectifs (Être capable de)

- Développer ses compétences managériales pour agir efficacement sur l'implication et la motivation de ses équipes
- Savoir comment déployer une démarche de motivation et d'implication en lien avec la stratégie de l'entreprise et les besoins des collaborateurs
- Connaître et savoir comment mettre en œuvre des méthodes éprouvées pour favoriser l'implication des équipes

Programme

1. Les besoins, les types de motivation

La pyramide de Maslow
Check-list des leviers de motivation et des facteurs de démotivation

2. Le Why, le sens

La Why plateforme
Canevas Dojo Kun : les règles de vie

3. Les clés de la motivation dans l'action

Canevas des styles de management
Grille des bonnes pratiques pour motiver
Grille de comportements parasites à éviter

4. La communication selon les personnalités

Grille d'analyse de profil DISC
Grille des apports et limites par profil DISC
Fiche d'adaptation aux profils DISC des interlocuteurs

5. La communication et les outils du dialogue

Les outils du dialogue managérial – Kestio Manager©
Canevas de conduite d'entretien individuel

Ressources pédagogiques

- Auto-diagnostic de son profil de management
- Entraînements sur des cas hors contexte métier pour s'approprier les bonnes pratiques
- Établissement d'un plan de progrès personnel
- Mapping des valeurs de l'équipe
- Utilisation de la méthode exclusive Kestio System© Manager pour intégrer les techniques et développer les réflexes efficaces en entretien managérial

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Commerciaux
- Business developpers
- Technico-commerciaux
- Consultants
- Managers commerciaux

Chiffres clés

- Avis clients : 4,5/5 (1137 avis)
- Taux de réussite: 92 %

* Ces indicateurs sont mis à jour chaque année à partir des éléments consolidés des années précédentes.
Source des indicateurs : Liste des apprenants formés/quizz de validation des acquis/évaluation de la formation



Devenir un **manager coach** – Postures et pratiques





Devenir un manager coach – Postures & pratiques

MGT-02

Les bénéfices obtenus

- Plan collectif : augmentation du niveau d'engagement et d'efficacité de vos équipes
- Plan individuel : gain en confiance en soi et en intelligence relationnelle

Objectifs (Être capable de)

- Comprendre comment animer son équipe, susciter et entretenir la motivation
- Savoir comment obtenir plus d'efficacité de ses collaborateurs
- Comprendre comment gérer les situations difficiles et intervenir efficacement
- Savoir identifier ses points de progrès personnels
- S'entraîner pour intégrer les techniques et développer des réflexes efficaces

Programme

1. Les composantes de la « posture du coach

Grille fonctions du manager / temps

2. Le cadrage d'accompagnement

Fiche auto-évaluation sur les 11 compétences clés du coach
Grille commandements du coaching Terrain

3. Les étapes de l'accompagnement

Canevas de préparation d'un coaching
Canevas de conduite du coaching
Canevas de sortie d'accompagnement à chaud

Ressources pédagogiques

- Approche pédagogique interactive, ludique et impliquante pour maîtriser les outils du dialogue managérial
- Mises en situation et entraînements sur des cas réels
- Débriefings sur la base des enregistrements vidéo
- Échange d'expériences et partage de bonnes pratiques
- Remise d'un livret de synthèse et d'un plan de progrès personnel en fin de session

4. Les techniques de débrief et les grilles de feedback

Trame des 5 étapes de débrief 5P
Grille de compétences commerciales
Grille analyse et action pyramide de Dilts

5. Les situations de recadrage et la gestion des cas délicats

Canevas d'un recadrage
Grille d'observation d'un recadrage
Grille de gestion des situations délicates

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Commerciaux
- Business developpers
- Technico-commerciaux
- Consultants
- Managers commerciaux

Chiffres clés

- Avis clients : 4,2/5 (1128 avis)
- Taux de réussite: 97 %

* Ces indicateurs sont mis à jour chaque année à partir des éléments consolidés des années précédentes.
Source des indicateurs : Liste des apprenants formés/quizz de validation des acquis/évaluation de la formation



MGT-03

Améliorer son **dispositif managérial** pour gagner en **efficacité**



kestio



Améliorer son dispositif managérial pour gagner en efficacité

MGT-03

Les bénéfices obtenus

- Amélioration de votre organisation et de votre efficacité
- Augmentation du niveau d'engagement de vos équipes
- Amélioration du bien-être au travail

Objectifs (Être capable de)

- Savoir comment définir le cadre de management et l'organisation commerciale adaptée à ses objectifs
- Définir comment intégrer des indicateurs de pilotage pertinents dans son management
- S'approprier les techniques et méthodes managériales efficaces et développer les bons réflexes

Programme

1. L'organisation du temps de manager

Grille d'analyse de sa mission et de ses responsabilités
Grille d'analyse du temps passé par activité
Matrice Eisenhower

2. La revue de son dispositif d'animation

Tableau de formalisation de son dispositif de management
Grille d'auto-analyse de son dispositif actuel

3. L'entretien individuel de performance

Les indicateurs de performance de mon équipe
Les étapes d'un entretien individuel de performance
Trame de formalisation des questions à poser par étape

Ressources pédagogiques

- Atelier de travail sur son dispositif de management actuel et ses objectifs à partir d'une matrice d'analyse du dispositif managérial
- Définition d'un dispositif de management cible intégrant les évolutions identifiées
- Entraînements et mises en situation individuels et collectifs
- Débriefings sur la base des enregistrements vidéo
- Remise d'un livret de synthèse en fin de session

4. Le coaching terrain

Les 5 commandements de l'accompagnement terrain
Les 5P du débriefing
Grille analyse et action pyramide de Dilts

5. La réunion d'équipe

Les 5 clés des réunions efficaces
Canevas de préparation de réunion

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Commerciaux
- Business developers
- Technico-commerciaux
- Consultants
- Managers commerciaux

Chiffres clés

- Avis clients : 4,6/5 (1025 avis)
- Taux de réussite: 96 %

* Ces indicateurs sont mis à jour chaque année à partir des éléments consolidés des années précédentes.

Source des indicateurs : Liste des apprenants formés/quizz de validation des acquis/évaluation de la formation



MGT-20

Faire évoluer son processus de vente vers la Visio et le multicanal



kestio



Faire évoluer son processus de vente vers la Visio et le multicanal

MGT-20

Les bénéfices obtenus

- Amélioration du taux de transformation client
- Augmentation de interactions et de l'intensité commerciale
- Meilleure implication des équipes dans la relation client

Objectifs (Être capable de)

- S'approprier les meilleures pratiques de la vente sédentaire (In-House Sales) et en Visio
- Savoir comment adapter le processus et les méthodes utilisées en prospection et relation client
- En déduire les évolutions de pratique managériale associées

Programme

- Les meilleures pratiques de la vente sédentaire et digitale
- L'adaptation du process One to One pour les RDVs (R0-R1)
- Les étapes de co-construction et d'interactions One to Many
- La nouvelle organisation du temps et l'allocation des efforts
- La présence digitale continue

Ressources pédagogiques

- Auto-évaluation de ses pratiques commerciales
- Échange d'expériences et partage de bonnes pratiques
- Utilisation de la vidéo et de mises en pratique pour des débriefings personnalisés
- Établissement d'un plan de progrès en fin de session

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Commerciaux
- Business developpers
- Technico-commerciaux
- Consultants
- Managers commerciaux

Chiffres clés

- Avis clients : 4,9/5 (803 avis)
- Taux de réussite: 100 %

* Ces indicateurs sont mis à jour chaque année à partir des éléments consolidés des années précédentes.
Source des indicateurs : Liste des apprenants formés/quizz de validation des acquis/évaluation de la formation



Formations Relation client

CR-01

Gérer les situations difficiles en relation client

CR-02

Relation Client – les clés pour fidéliser ses clients

CR-03

Réussir la relation client à distance

CR-04

Développer une culture cliente efficace

CR-05

Savoir améliorer l'Expérience Client



CR-01

Gérer les **situations difficiles** en Relation Client



kestio



Gérer les situations difficiles en Relation Client

CR-01

Les bénéfices obtenus

- Augmentation du taux de satisfaction client et de la fidélisation
- Amélioration de la qualité de traitement des litiges
- Amélioration du bien-être des équipes relation client

Objectifs (Être capable de)

- Développer sa capacité à gérer ses émotions
- Apprendre à refuser sans perdre le client
- Améliorer la qualité du traitement des réclamations
- Faire de chaque réclamation une opportunité de fidéliser le client
- Savoir comment gérer les situations de tension et de conflit
- Savoir comment adapter sa communication aux différentes situations
- Acquérir les techniques d'empathie et de gestion du stress

Programme

- Le client et sa vision des situations
- La gestion d'une réclamation – DESC
- Les outils du dialogue pour gérer les situations
- La gestion des réponses écrites
- Les styles de personnalités et les clés face au stress

Ressources pédagogiques

- Mises en situation et entraînements sur des cas réels avec Kestio System® Relation Client pour intégrer les techniques et développer les bons réflexes
- Échanges d'expérience et partage de bonnes pratiques
- Débriefings sur la base des enregistrements vidéo

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Chargés d'accueil ou relation client
- Fonctions commerciales au contact du client
- Hôtesse d'accueil
- Conseiller(ère)s clientèle

Chiffres clés

- Avis clients : 4,2/5 (2179 avis)
- Taux de réussite: 98 %

* Ces indicateurs sont mis à jour chaque année à partir des éléments consolidés des années précédentes.
Source des indicateurs : Liste des apprenants formés/quiz de validation des acquis/évaluation de la formation



CR-02

Relation Client – Les clés pour **fidéliser** ses clients





Relation Client – Les clés pour fidéliser ses clients

CR-02

Les bénéfices obtenus

- Augmentation du taux de retention client
- Réduction du coût d'acquisition client
- Amélioration de la fidélisation et de la recommandation client
- Meilleure implication des équipes dans la relation client

Objectifs (Être capable de)

- Comprendre les moteurs de la fidélisation client
- Disposer des méthodes et techniques les plus efficaces pour fidéliser ses clients
- Développer sa capacité d'écoute client
- Savoir utiliser les situations de mécontentement et de réclamation pour fidéliser
- Comprendre comment assurer le respect des engagements pris envers le client
- Savoir comment remonter efficacement les informations en interne afin d'agir rapidement sur les points d'amélioration

Programme

- L'écoute client et la mesure de satisfaction client
- Le parcours client et les moments clés
- L'expérience client et les améliorations
- La gestion des insatisfactions et les ressorts
- La création d'une communauté client

Ressources pédagogiques

- Mises en situation et entraînements sur des cas réels avec Kestio System© Relation Client pour intégrer les techniques et développer les bons réflexes
- Échanges d'expérience et partage de bonnes pratiques
- Remise d'un livret de synthèse et d'un plan de progrès personnel en fin de session

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Responsables de centre de contact
- Chargés d'accueil ou de Relation clientèle
- Fonctions commerciales au contact du client
- Hôtes(ses) d'accueil
- Conseiller(e)s client
- Opérateurs SAV

Chiffres clés

- Avis clients : 4/5 (830 avis)
- Taux de réussite: 97 %

* Ces indicateurs sont mis à jour chaque année à partir des éléments consolidés des années précédentes.
Source des indicateurs : Liste des apprenants formés/quizz de validation des acquis/évaluation de la formation



CR-03

Réussir la **relation client à distance**





Réussir la relation client à distance

CR-03

Les bénéfices obtenus

- Augmentation du taux de satisfaction et fidélisation client
- Amélioration de la qualité de traitement des demandes clients
- Amélioration du bien-être des équipes Relation Client

Objectifs (Être capable de)

- Comprendre les clés d'une communication réussie en relation-client à distance
- Savoir adapter son mode de communication aux canaux utilisés (e-mail, téléphone, réseaux sociaux...)
- Développer sa proactivité et sa capacité à s'engager pour accroître la satisfaction client
- Savoir comment obtenir la confiance et l'adhésions du client
- Savoir comment véhiculer une image positive pour l'entreprise

Programme

1. Le client et l'utilisation des canaux à distance

- Comprendre le parcours client et comment le construire
- Utiliser les différents canaux d'interaction client par étape du parcours
- Construire la fiche persona et l'empathy map

2. Le dialogue client en mode réactif

- Comprendre l'utilisation de la pyramide des considérations
- Maîtriser l'auto-observation en situation client
- Utiliser les cartes du dialogue relation client

3. La gestion des situations délicates

- Maîtriser la méthode DESC en situation difficile
- Traiter les objections avec la méthode CRAC

4. Démarche proactive vers les clients

- Maîtriser la recherche de proactivité
- Préparer les appels sortants
- Construire la trame d'appel sortant

5. Les motivations et styles de personnalités

- Comprendre les motivations d'achat
- Optimiser son profil LinkedIn
- Utiliser la grille de personnalité DISC

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Responsables de centre de contact
- Chargés de relation client à distance
- Télévendeurs/téléconseillers
- Chefs de plateau
- Conseillers clients à distance
- Community manager

Chiffres clés

- Avis clients : 4,3/5 (1218 avis)
- Taux de réussite: 98 %

* Ces indicateurs sont mis à jour chaque année à partir des éléments consolidés des années précédentes.
Source des indicateurs : Liste des apprenants formés/quizz de validation des acquis/évaluation de la formation



CR-04

Développer **une culture client** efficace



kestio



Développer une culture client efficace

CR-04

Les bénéfices obtenus

- Augmentation du taux de satisfaction client du taux de retention (NPS)
- Amélioration du taux de retention client
- Meilleure implication des équipes dans la qualité de service

Objectifs (Être capable de)

- Comprendre comment favoriser la prise de conscience par les équipes métier de leur impact sur la qualité du service rendu au client
- Acquérir comment instaurer et développer une véritable culture client à tous les niveaux de l'entreprise
- Savoir identifier les moments de vérité dans le parcours client
- Savoir entrer en contact avec les clients de façon efficace et valorisante
- Savoir utiliser chaque interaction avec le client pour développer la satisfaction
- Savoir faire face positivement aux suggestions et insatisfactions des clients

Programme

1. La culture client et son évaluation

- Comprendre les clés de la satisfaction client
- Évaluer la culture client

2. Les méthodes de mesure de la satisfaction client

- Comprendre et analyser la satisfaction client
- Utiliser les méthodes de recueil et de mesure

3. Les leviers pour placer le client au centre

- Mesurer la maturité de centricité client
- Comprendre les leviers de la centricité client

4. Le parcours client et les points de contact

- Comprendre comment construire un Persona
- Comprendre l'utilisation de la pyramide des considérations
- Comprendre le parcours client et comment le construire

5. L'expérience client et son amélioration

- Comprendre le parcours client et comment le construire
- Utiliser la roue de l'expérience client pour l'optimiser

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Tous collaborateurs au contact direct ou non avec les clients (managers, collaborateurs opérationnels...)

Chiffres clés

- Avis clients : 4,9/5 (427 avis)
- Taux de réussite: 100 %

* Ces indicateurs sont mis à jour chaque année à partir des éléments consolidés des années précédentes.
Source des indicateurs : Liste des apprenants formés/quizz de validation des acquis/évaluation de la formation



CR-05

Savoir améliorer l'Expérience Client de son organisation



kestio



Savoir améliorer l'Expérience Client de son organisation

CR-05

Les bénéfices obtenus

- Capacité à organiser et structurer efficacement son projet en vue d'améliorer les KPI de l'Expérience Client
- Capacité à convaincre et mobiliser en interne (CODIR, Directions et équipes) du ROI de l'Expérience Client

Objectifs (Être capable de)

- Développer sa capacité à conduire efficacement un projet d'amélioration de l'Expérience Client de A à Z (définition, mise en œuvre, évaluation)
- S'approprier une méthodologie complète, des outils opérationnels pour mener un projet Expérience Client en multicanal
- Connaître et comprendre l'ensemble des concepts de l'Expérience Client
- Être capable de modéliser ses parcours clients
- Savoir comment mettre en œuvre une méthode exclusive d'observation, de mesure et d'amélioration de l'Expérience client

Programme

- Le concept d'expérience et le persona client
- La pyramide de considération
- Le parcours client et les moments de vérité
- La mesure de l'Expérience Client délivrée
- La définition des améliorations et innovations d'Expérience Client

Ressources pédagogiques

- Échanges d'expérience multi-sectoriels et benchmark de bonnes pratiques
- Matrice de définition des besoins, pyramide des besoins
- Modèle de structuration de votre parcours client
- Échanges concrets sur votre projet et aide à la construction de votre plan d'action

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Toute personne en charge d'un projet lié à l'expérience client.
- Fonctions de chef de projets : relation client, expérience client, marketing, CRM, fidélisation client...

Chiffres clés

- Avis clients : 5/5 (732 avis)
- Taux de réussite: 100 %

* Ces indicateurs sont mis à jour chaque année à partir des éléments consolidés des années précédentes.
Source des indicateurs : Liste des apprenants formés/quizz de validation des acquis/évaluation de la formation



Formations Compétences Humaines

CH-01

Les compétences Humaines au cœur de la Relation Client

CH-02

Activer ses ressources émotionnelles pour une relation client performante et efficace

CH-03

Gagner en agilité relationnelle

CH-04

Pratiquer une écoute active et développer ses talents relationnels

CH-05

Apaiser les relations, gérer les conflits



Les **compétences humaines** au cœur de la relation client





Les compétences humaines au cœur de la relation client

CH-01

Les bénéfices obtenus

- Augmentation de la confiance en soi
- Amélioration du taux de transformation client
- Augmentation de la valeur moyenne des affaires
- Meilleure implication des équipes dans la relation client

Objectifs (Être capable de)

- Comprendre comment activer les compétences humaines dans l'activité professionnelle
- Développer sa capacité d'écoute active
- Utiliser son empathie pour améliorer sa relation client
- Faire preuve d'adaptabilité et d'agilité
- Savoir mieux écouter pour être plus orienté client
- Être en capacité d'identifier ses propres réactions

Programme

- Les clés de L'empathie et méthodes de renforcement
- La communication en assertivité pour un équilibre entre le client et soi
- Développer son adaptabilité et agilité pour mieux gérer les incertitudes
- Développer les capacités d'écoute active pour la synchronisation client
- Renforcer l'intelligence émotionnelle et la gestion **des personnalités**

Ressources pédagogiques

- Échange d'expériences et partage de bonnes pratiques
- Exercices hors contexte et dans le contexte sur les Compétences Humaines pour intégrer les techniques et développer les réflexes efficaces
- Remise de mémo en fin de session
- Établissement d'un plan de progrès personnel

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Commerciaux
- Business developpers
- Technico-commerciaux
- Consultants
- Managers commerciaux

Chiffres clés

- Avis clients : 4,4/5 (1055 avis)
- Taux de réussite: 100 %

* Ces indicateurs sont mis à jour chaque année à partir des éléments consolidés des années précédentes.
Source des indicateurs : Liste des apprenants formés/quizz de validation des acquis/évaluation de la formation



Activer ses ressources émotionnelles pour une **relation client performante et efficace**





Activer ses ressources émotionnelles pour une relation client performante et efficace

CH-02

Les bénéfices obtenus

- Efficacité et performance par la connaissance de soi
- Plus de motivation des équipes commerciales et relation clients
- Amélioration de sa qualité de vie au travail
- Meilleure gestion de ses émotions en situation professionnelle

Objectifs (Être capable de)

- Booster son enthousiasme en relation clientèle
- Rebondir et persévérer face aux aléas ou échecs
- Prévenir l'épuisement professionnel

Programme

- Les émotions en clientèle : caractéristiques et impacts (SWOT émotionnel)
- Les profils de personnalité en clientèle (8 profils INC. Institut Neuro Cognitivisme)
- Les différents types de motivations et leur impact au quotidien
- Les motivations « ressources » : identifier et activer
- Les facteurs de stress en tant que commercial ou chargé de clientèle : prévenir et apaiser

Ressources pédagogiques

- Recueil de situations par les participants
- Pédagogie active et expérientielle
- Échange d'expériences et partage de bonnes pratiques
- Exercices hors contexte et dans le contexte avec transmission d'outils pratique institut neuro cognitivisme, pour intégrer les techniques et développer les réflexes efficaces
- Remise de mémo en fin de module
- Établissement d'un plan de progrès personnel
- Questionnaire d'auto-évaluation en fin de module

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Commerciaux
- Business developpers
- Technico-commerciaux
- Consultants
- Managers commerciaux

Chiffres clés

- Avis clients :
- Taux de réussite :

NOUVEAUTÉ 2024



Gagner en **agilité relationnelle**





Gagner en agilité relationnelle

CH-03

Les bénéfices obtenus

- Une capacité à faire évoluer le client sans le braquer
- Une offre proposée avec souplesse et enrichie pour plus de performance commerciale
- Une collaboration facilitée par le respect, l'empathie et le non-jugement

Objectifs (Être capable de)

- Savoir s'adapter à tous les publics
- Cultiver un état d'esprit collaboratif
- Développer sa capacité à trouver des solutions impactantes
- Développer ses talents relationnels en déjouant les pièges de notre cerveau

Programme

- Pourquoi notre cerveau nous joue des tours et quels impacts sur la relation (client ou collaborateur)
- Mode automatique / mode adaptatif
- Illusions et biais perceptifs
- Les principaux biais cognitifs
- Croyances limitantes Vs croyances facilitantes dans la relation (client ou managériale)
- Agilité mentale et intelligence adaptative
- Reprendre le contrôle de notre cerveau

Ressources pédagogiques

- Recueil de situations par les participants
- Pédagogie active et expérientielle
- Échange d'expériences et partage de bonnes pratiques
- Exercices hors contexte et dans le contexte avec transmission d'outils pratique institut neuro cognitivisme, pour intégrer les techniques et développer les réflexes efficaces
- Remise de mémo en fin de module
- Établissement d'un plan de progrès personnel
- Questionnaire d'auto-évaluation en fin de module

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Commerciaux
- Business developpers
- Technico-commerciaux
- Consultants
- Managers commerciaux

Chiffres clés

- Avis clients :
- Taux de réussite :

NOUVEAUTÉ 2024



Pratiquer une écoute active et développer ses talents relationnels





Pratiquer une écoute active et développer ses talents relationnels

CH-04

Les bénéfices obtenus

- Un climat favorable lors des échanges à enjeu
- Des interactions gagnantes
- Des clients et collaborateurs convaincus et fidélisés

Objectifs (Être capable de)

- Comprendre son interlocuteur
- Faciliter l'expression des divers points de vue
- Savoir les accueillir avec disponibilité
- Savoir collaborer pour coconstruire
- Convaincre sans manipuler

Programme

- Les postures d'écoute défavorables (jugement, donneur de leçon, interprétation...)
- Sympathie, empathie, compassion : Quelle juste posture ?
- Les clés de la posture empathique
- Les outils du dialogue dans leurs nuances : reformulations et questionnements

Ressources pédagogiques

- Recueil de situations par les participants
- Échange d'expériences et partage de bonnes pratiques
- Exercices hors contexte et dans le contexte sur les attitudes de Porter, l'empathie, l'assertivité, la CNV et l'écoute active, GRS pour intégrer les techniques et développer les réflexes efficaces
- Remise de mémo en fin de session
- Établissement d'un plan de progrès personnel
- GPG pensée stable et att effet rebond

Bonus

Approches innovantes par les neurosciences

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Tout public
- Commerciaux
- Managers

Chiffres clés

- Avis clients :
- Taux de réussite :

NOUVEAUTÉ 2024



Apaiser les relations, **gérer les conflits**





Apaiser les relations, gérer les conflits

CH-05

Les bénéfices obtenus

- Sérénité et diplomatie
- Performance commerciale et productivité d'équipe
- Fidélisation clients et collaborateurs
- Image positive de l'entreprise

Objectifs (Être capable de)

- Repérer l'enjeu relationnel : stress ou rapport de force ?
- Adapter ses comportements pour rétablir le dialogue
- Instaurer un climat constructif et adapté à la situation
- Gagner en assertivité et en diplomatie

Programme

- Le stress : le reconnaître et apaiser chez son interlocuteur
- Les rapports de force : les déceler et assouplir
- L'empathie, les émotions et l'assertivité : les distinguer pour les actionner à bon escient
- Les techniques relationnelles innovantes vers des solutions gagnant-gagnant
- L'agilité relationnelle pour gagner en empathie et en assertivité

Ressources pédagogiques

- Recueil de situations par les participants
- Échange d'expériences et partage de bonnes pratiques
- Exercices hors contexte et dans le contexte sur les attitudes de Porter, l'empathie, l'assertivité, la CNV et l'écoute active, GRS pour intégrer les techniques et développer les réflexes efficaces
- Remise de mémo en fin de session
- Établissement d'un plan de progrès personnel
- GPG pensée stable et att effet rebond

Bonus

Approches innovantes par les neurosciences

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Commerciaux, accueil ou support/SAV
- Managers ou encadrants
- Médiateurs, modérateurs
- Grands comptes

Chiffres clés

- Avis clients :
- Taux de réussite :

NOUVEAUTÉ 2024



Formations Marketing

MKT-01

Générer des leads marketing

MKT-02

Mettre en place une stratégie d'Inbound Marketing

MKT-03

Intégrer l' IA générative dans son quotidien marketing et communication



MKT-01

Générer des **leads marketing**





Générer des leads marketing

MKT-01

Les bénéfices obtenus

- Maîtrise des principes de la génération de leads
- Connaissance des actions marketing Inbound et Outbound
- Compréhension de la relation Commercial - Marketing

Objectifs (Être capable de)

- Maîtriser les étapes du cycle de vie du client pour savoir quand et comment échanger avec lui
- Définir et comprendre son persona pour adresser le message le plus pertinent
- Engager le client en utilisant les actions marketing Inbound et Outbound appropriées
- Déterminer le niveau de maturité des leads

Programme

- Les fondamentaux de la génération de leads
- L'approche growth hacking
- Le scoring des leads et le nurturing
- La synergie entre marketing et vente
- Entraînement et feedbacks

Ressources pédagogiques

- Utilisation de notre trame de construction des personas
- Construction d'un canal d'acquisition complet
- Mise en situation et entraînement sur des cas concrets pour faciliter l'appropriation

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Responsable Marketing
- Responsable Communication
- Community Manager
- Business developpers
- Consultants
- Managers commerciaux

Chiffres clés

- Avis clients :
- Taux de réussite :

NOUVEAUTÉ 2024



Mettre en place une **stratégie d'Inbound Marketing**





Mettre en place une stratégie d'Inbound Marketing

MKT-02

Les bénéfices obtenus

- Maîtrise des fondamentaux de l'Inbound Marketing
- Connaissance et capacité de mise en œuvre des actions marketing Inbound

Objectifs (Être capable de)

- Maîtriser les fondamentaux d'une stratégie Inbound et l'ensemble des outils liés pour une mise en œuvre rapide
- Mettre en place des tableaux de bord et des indicateurs clés de l'Inbound Marketing pour piloter et optimiser vos actions et leads générés
- Intégrer les nouvelles approches marketing à vos techniques pour attirer vos clients puis les rendre fans de votre marque

Programme

- Les fondamentaux de l'Inbound Marketing
- Le choix des canaux
- La création de contenu digital
- La mise en place de son premier tunnel de vente
- Le scoring des leads et le nurturing

Ressources pédagogiques

- Utilisation de notre trame de construction des personas et de notre trame de gestion de contenus
- Mise en situation et entraînement sur des cas concrets pour faciliter l'appropriation
- Échanges d'expériences et partage de bonnes pratiques

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Responsable Marketing
- Responsable Communication
- Community Manager
- Responsable acquisition
- Content manager
- Business developpers
- Consultants

Chiffres clés

- Avis clients :
- Taux de réussite :

NOUVEAUTÉ 2024



Intégrer l' **IA générative** dans son quotidien marketing et communication





Intégrer l' IA générative dans son quotidien marketing et communication

MKT-03

Les bénéfices obtenus

- Meilleure maîtrise de chatGPT et de l' IA générative
- Intégrer ChatGPT dans son activité quotidienne
- Gagner en efficacité et productivité

Objectifs (Être capable de)

- Comprendre le fonctionnement de l' IA et de chatgpt
- Comprendre comment utiliser l' IA dans l'activité professionnelle
- Savoir réaliser un prompt optimisé répondant à mes objectifs
- Être capable d'identifier les activités dans lesquelles chatgpt peut m'aider

Programme

- Introduction à l' IA et préparation de ChatGPT
- L'IA pour mon plan marketing et ligne éditoriale
- L' IA pour mon contenu multicanal
- L' IA pour mon acquisition outbound (data, tunnel de vente)
- Aller plus loin : Utiliser GPT Builder et d'autres outils IA

Ressources pédagogiques

- Avant la formation : Questionnaire sur mon utilisation de l'IA
- Échange d'expériences et partage de bonnes pratiques
- Exercices hors contexte et dans le contexte sur l'utilisation de chatGPT pour intégrer les techniques et développer les réflexes efficaces
- Remise de mémo en fin de session
- Établissement d'un plan de progrès personnel

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Responsable marketing
- Responsable communication
- Responsable acquisition
- Content manager

Chiffres clés

- Avis clients :
- Taux de réussite :

NOUVEAUTÉ 2024



Formations CRM

CRM-01

Améliorer l'utilisation de son CRM

CRM-02

Choisir un logiciel CRM et cadrer son projet



CRM-01

Améliorer l'utilisation de son CRM





Améliorer l'utilisation de son CRM

CRM-01

Les bénéfices obtenus

- Comprendre les possibles du CRM pour une vision 360° du client dans l'entreprise
- Faire en sorte que l'outil devienne une évidence pour tous

Objectifs (Être capable de)

- Maîtriser les fondamentaux d'un logiciel CRM (Customer Relationship Management)
- Prendre conscience de l'utilité du CRM, des données présentes et de l'importance de leur qualité
- Utiliser le CRM et toutes ses fonctionnalités pour optimiser son travail quotidien

Programme

- Les objets présents dans le CRM et la logique générale d'utilisation
- La gestion des comptes/contacts/opportunités
- Le suivi des activités commerciales sur le CRM
- Le suivi des affaires et du cycle, méthodes optimales
- L'utilisation de son CRM, la conduite du changement

Ressources pédagogiques

- Entraînements sur le CRM sur des cas concrets pour favoriser son appropriation
- Échanges d'expériences et partages de bonnes pratiques
- Une approche pédagogique interactive, innovante favorisant l'implication
- Remise d'un livret de synthèse en fin de session

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Responsable CRM
- Commerciaux
- Business developers
- Technico-commerciaux
- Consultants
- Managers commerciaux

Chiffres clés

- Avis clients :
- Taux de réussite :

NOUVEAUTÉ 2024



CRM-02

Choisir un logiciel CRM et cadrer son projet



kestio



Choisir un logiciel CRM et cadrer son projet

CRM-02

Les bénéfices obtenus

- Cerner les enjeux d'un projet CRM et les clés de succès
- Définir le ROI du projet
- Savoir animer les sessions de recueil de besoins métier
- Disposer d'une cartographie objective des solutions et lancer son projet CRM

Objectifs (Être capable de)

- Connaître l'environnement des logiciels CRM et les grandes fonctionnalités
- Définir les objectifs généraux et les enjeux adressés grâce au CRM
- Définir les besoins métiers à partir d'un référentiel « Outils »
- Identifier le cadre technique / IT
- Identifier les solutions adaptées et savoir rédiger son cahier des charges

Programme

- La notion de CRM, les types de solutions et les enjeux projets
- Les enjeux et besoins métiers (Marketing, Vente, Service Client)
- Les fonctionnalités CRM et la définition des besoins détaillés
- Les solutions du marché et cartographie des critères de choix
- La rédaction du cahier des charges et la définition du Plan Projet

Ressources pédagogiques

- Travail sur le contexte de l'entreprise à partir de canevas type
- Plan de travail et apports progressifs
- Exercices de recherches en inter-sessions sur la base des apports
- Organisation d'une réunion de présentation finale

Participants, Prérequis, Suivi de l'exécution & Accessibilité*

Organisation

- Cadrage 1h et débrief 1h
- Distanciel : 5 sessions synchrones de 2h + 12h défis et microlearning guidé
- Présentiel : 2 jours en présentiel + 3h d'ancrage visio + 3h défis et microlearning
- Option inter-entreprises sur demande

Public concerné

- Directeur Commercial
- Chef de Projet CRM
- Manager SI

Chiffres clés

- Avis clients :
- Taux de réussite :

NOUVEAUTÉ 2024

kestio

Libérons le potentiel de votre entreprise

