

## « Adapter ses approches commerciales aux contextes de crises (EPIDEMIQUES) »

Résultats attendus :

- ✓ Identifier les principaux changements dans les comportements des consommateurs (grand public et professionnels).
- ✓ Prendre conscience des facteurs d'impact lors de changements subis/imposés pour le/la dirigeant(e) d'entreprise.
- ✓ Savoir activer des actions adaptées et individualisées à vos cibles de clientèle.

Prérequis :

Avoir déjà suivi une formation commerciale sur les comportements clients et les démarches commerciales des entreprises.

Programme :

- Les évolutions principales des comportements clients en période épidémique
  - ❖ Les caractéristiques des nouveaux consommateurs :
    - Un travail de réflexions croisées sera proposé afin que chaque stagiaire exprime ce qu'il vit sur le plan commercial avec ses clients et ses prospects sur la base des questions suivantes :
      - « Qu'est ce qui est resté stable dans les comportements de vos clients depuis le premier confinement ? »
      - « Qu'est ce qui s'est développé dans les comportements de vos clients depuis le premier confinement ? »
      - « Qu'est ce qui a disparu ou s'est réduit dans les comportements de vos clients depuis le premier confinement ? »
      - Synthèse et débriefing par le formateur de Synergie Actions qui mettra en perspectives et en liens les perceptions des participants avec des constats observés en France dans les comportements d'achat.
- L'entreprise artisanal face à de nouveaux défis
  - ❖ Le marketing d'influence ou comment améliorer mon ciblage de clientèle potentielle :
    - Comparatif d'analyse des ventes Avant la Covid/Pendant la Covid,
    - Réviser des cibles de clientèle,
    - Individualiser des parcours clients,
    - Construire les facteurs d'attribution des valeurs clients,
    - Travailler la réputation de son entreprise,
    - Savoir communiquer de manière ciblée et différenciée.
  - ❖ Les comportements humains en situation de crise et de changements subis :
    - Niveaux de stress/ Niveaux de motivation : comment faire le diagnostic ?
    - Analyse des points de facilité/points de difficultés
    - Analyse des facteurs de plaisirs/déplaisirs,
    - 4 voies d'accès à des solutions pour activer un changement porteur d'avenir.

- ❖ La transition numérique : une option avant la pandémie, un levier commercial impératif pour aujourd'hui et demain.
  - Augmenter sa visibilité digitale : site, réseaux sociaux, blog, chatbot,...
  - Activer son e réputation par des actions adaptées à l'entreprise.
  - Développer de nouveaux canaux d'influence commerciale.
- Développer une posture d'entreprise artisanal pragmatique.
  - ❖ La recherche d'un positionnement commercial cohérent et souple dans la durée.
  - ❖ La valorisation d'offres nouvelles adaptées aux contextes à vivre.
  - ❖ La dématérialisation des lieux d'achat.
  - ❖ La mise en valeur de parcours clients individualisés.

Dans cette partie, chacun pourra avancer des propositions d'actions commerciales réalisables selon ses objectifs, moyens et contextes. Nous appuierons notre approche sur les principes des « Regards clients » explicités lors de précédentes formations

### Modalités :

- Interactive, inductive et participative : nous partirons des vécus et des perceptions de tous, et échangerons sur celles-ci afin de construire ensemble des actions commerciales personnalisées à chacun et adaptées à ces contextes de crise épidémique.

### Modalités complémentaires :

Nous adaptons nos modalités d'intervention en fonction de vos contraintes et de vos besoins. Ainsi, nous pouvons privilégier :

- **L'intra entreprise** : notre formation s'adresse à des groupes de 3 à 15 personnes, toutes issues de la même entreprise
- **L'inter-entreprises** : notre formation s'adresse à des groupes de 3 à 15 personnes toutes issues d'entreprise différentes, mais réunies autour d'un même thème
- **La formation individualisée en présence et / ou à distance** : notre formation ne concerne qu'une seule personne elle est dispensée en plusieurs séances de quelques heures

## Intervenant :

Jean-Louis LEVY : dirigeant des entreprises Synergie Actions et Groupe Filao Conseil, formateur consultant spécialisé dans le développement commercial des entreprises depuis 1995, intègre un « esprit coaching » à travers les processus formatifs dans le but de favoriser des prises de conscience et du Pouvoir d'Agir pour les participants.

Expert reconduit sur les dispositifs d'accompagnement commercial auprès des CMA et CCI de la Région AURA depuis plus de 10 ans.

## Contacts :

- Jean-Louis LEVY ou Aurélie MARAS
- Le Polytech – 1 rue de l'informatique – 42100 SAINT ETIENNE  
Tél. : 04 77 93 11 27 - Fax : 04 77 93 11 84  
E-Mail : [contact@synergie-actions.com](mailto:contact@synergie-actions.com)

**Durée** : Une journée de formation collective dans nos locaux situés au 1 rue de l'Informatique à Saint Etienne.

**Dates** : Nous vous invitons à consulter les dates des prochaines sessions de formation sur le site [www.synergie-actions.com](http://www.synergie-actions.com) ou de nous contacter par e-mail à l'adresse suivante : [contact@synergie-actions.com](mailto:contact@synergie-actions.com).

**Méthodes utilisées** : Présentiel ou Distanciel.

**Modalités d'évaluation** : en cours et en fin de formation.

**Nombre de participants** : maximum 15 stagiaires.

**Tarif** : 780 € Net de TVA par jour d'intervention en tarif inter entreprise.

**Accessibilité** : l'ensemble de nos formations peut être accessible à tout public. N'hésitez pas à nous contacter/informer pour toute particularité pour que nous puissions répondre au mieux à vos besoins.



Programme actualisé en février 2021