



# Optimisation des ventes avec les outils numériques

## PERSONNES CONCERNÉES

La formation est destinée aux personnes désirant développer leurs connaissances et compétences concernant les outils numériques au service des processus commerciaux, que ce soit en BtoC ou en BtoB, pour la vente de produits et/ou de services, quel que soit le secteur d'activité et la taille de l'entreprise ou du centre de profit. Elle concerne les personnes, placées régulièrement en situation d'interaction vendeur-client, qui profitent déjà d'une connaissance de base des pratiques professionnelles en vente et en négociation commerciale.

## PRÉ-REQUIS

La participation à cette formation nécessite une connaissance de base de la vente et/ou négociation commerciale. A ce titre un CV sera à transmettre avec le dossier de demande d'inscription.

## PRÉSENTATION ET POINTS FORTS

Cette formation permet d'acquérir une méthodologie pour aborder la vente et la négociation sereinement avec l'utilisation des outils numériques permettant une meilleure exploitation de l'information stratégique et commerciale.

## COMPÉTENCES À L'ISSUE DE LA FORMATION

- > Connaître et appliquer les principes du social selling.
- > Formuler des objectifs, des besoins et des attentes de l'entreprise en matière de Relation Clients avant de « penser CRM ».
- > Restituer des parcours clients existants et l'identification des moments de vérité de la Relation Clients.
- > Connaître et utiliser les principales fonctionnalités d'un CRM liées à la base de données clients (bien renseigner son CRM ; optimiser son cycle de vente ; optimiser ses rappels).
- > Connaître et appliquer les meilleures pratiques pour l'utilisation d'un CRM (gérer les interactions avec les clients et les prospects ; générer des leads et les convertir en clients ; gérer les campagnes marketing et les promotions ; gérer les relations a
- > Intégrer l'intelligence artificielle dans la vente et la relation client.

## PROGRAMME

### Les principes du social selling

- > Comprendre l'algorithme LinkedIn
- > Présenter l'offre commerciale sur les réseaux sociaux en partageant des informations à valeur ajoutée pour les clients
- > Élaborer un calendrier éditorial
- > Suivi client et fidélisation par les réseaux sociaux

### L'intelligence artificielle (IA) dans la vente et dans la gestion de la relation client

- > Fondamentaux de l'IA et du machine learning
- > Personnalisation de la prospection
- > Automatisation des processus de vente
- > Analyse des feedbacks client

### Avant de penser outil de gestion de la relation client

- > La formulation des objectifs, des besoins et des attentes de l'entreprise en matière de Relation Clients
- > La restitution des parcours clients existants et l'identification des moments de vérité de la Relation Clients

### Les principales fonctionnalités d'un CRM

- > Une base de données clients
- > Comment bien renseigner son CRM
- > Optimiser son cycle de vente
- > Optimiser ses rappels

### Les meilleures pratiques pour l'utilisation d'un CRM

- > Gérer les interactions avec les clients et les prospects
- > Générer des leads et les convertir en clients
- > Gérer les campagnes marketing et les promotions
- > Gérer les relations avec les clients existants

## MÉTHODES ET RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

Exposés participatifs, déballages, discussions, échanges de pratiques, ateliers de mise en application. Transmission de supports pédagogiques.

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

Analyse individuelle approfondie d'un exercice opérationnel autour de l'utilisation des outils numériques.

## RESPONSABLE SCIENTIFIQUE

M. Michel KLEIN, docteur en sciences de gestion, enseignant-chercheur, EM Strasbourg. Membre du Laboratoire HUMANIS.

## ANIMATION

Romain FRANCK, enseignant chercheur à l'EM Strasbourg, docteur en Sciences de Gestion. Ancien ingénieur commercial en SS2I. Ses travaux portent sur le marketing relationnel. Il s'intéresse aux nouveaux outils numériques et au bien-être des commerciaux.

## STAGE INTER ENTREPRISES

### Durée : 2 jours

### En 2024

Référence SGY24-1608A  
du 11 novembre 2024  
au 12 novembre 2024

### En 2025

Référence SGY25-1608A  
du 12 novembre 2025  
au 13 novembre 2025

### Tarif

1040 €

pour toute inscription avant  
le 31 juillet 2025.

### Lieu

Ecole de Management  
Strasbourg  
61 Avenue de la Forêt Noire  
67085 Strasbourg Cedex

## STAGE INTRA : NOUS CONSULTER

## Renseignements et inscriptions

Sophie GUY  
Tél : 03 68 85 49 92  
Sauf les vendredis  
s.guy@unistra.fr

## Nature et sanction de la formation

Cette formation constitue une action d'adaptation et de développement des compétences. Elle donne lieu à la délivrance d'une attestation de participation. Une évaluation en fin de formation permet de mesurer la satisfaction des stagiaires ainsi que l'atteinte des objectifs de formation (connaissances, compétences, adhésion, confiance) selon les niveaux 1 et 2 du modèle d'évaluation de l'efficacité des formations Kirkpatrick.