



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

- > Appliquer les principes du social selling pour développer sa visibilité et interagir efficacement avec des prospects via les réseaux sociaux.
- > Formuler les objectifs et besoins de l'entreprise en matière de relation client afin de structurer une stratégie CRM pertinente.
- > Utiliser les principales fonctionnalités d'un CRM pour organiser les données clients et optimiser le cycle de vente.
- > Mettre en œuvre les bonnes pratiques d'un CRM pour générer des leads, suivre les interactions et gérer les campagnes commerciales.
- > Intégrer des outils d'intelligence artificielle dans ses démarches de prospection et de relation client pour automatiser et personnaliser les actions commerciales.

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

Tony VALENTINI, enseignant-chercheur, domaine marketing et système d'informations, 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 2025

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

En 2026

Référence SGY26-1608A
du 12 novembre 2026
au 13 novembre 2026

Tarif

1060 € pour toute inscription avant le 31 juillet 2026.

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.