

# STRATÉGIE DE CROISSANCE AVANCÉE POUR GESTIONNAIRES DE PATRIMOINE : DE L'AUDIT À L'ACTION



## PROGRAMME DE FORMATION

Marketing / Digital

4 JOURS - 28H - V1 DU 08/07/2024



# PROGRAMME DE FORMATION

**Type de compétence : transverse**

**Action de formation**

**Catégorie : Business**

**Sous-Catégorie : Marketing / Digital**

Document remis au stagiaire avant son inscription (Article L 6353-8 du Code du Travail)

## Objectifs de la formation

A l'issue de la formation le bénéficiaire sera capable de :

- Identifier et analyser précisément différents segments de clients cibles, en comprenant leurs besoins spécifiques pour une approche personnalisée.
- Concevoir et mettre en œuvre des stratégies de marché personnalisées utilisant des techniques avancées de marketing et de communication.
- Développer et positionner stratégiquement une offre de services répondant aux attentes du marché tout en se distinguant de la concurrence.
- Appliquer des techniques de vente consultative et de négociation adaptées aux services financiers pour une clientèle haut de gamme.
- Élaborer un plan stratégique de développement commercial intégrant des objectifs clairs à court et long terme avec des indicateurs de performance.
- Utiliser efficacement les outils de gestion de la relation client (CRM) et les technologies digitales pour optimiser le suivi et l'analyse des interactions clients.
- Gérer et optimiser les relations avec les clients, en établissant des stratégies de fidélisation et en maximisant la satisfaction client à long terme.
- Mettre en œuvre et ajuster de manière proactive le plan de développement commercial en fonction des retours du marché et des évolutions de l'environnement économique.

**Durée : 4 JOURS (28 heures)**

**Horaires : 9h00 - 12h30 / 14h00 - 17h30**

## Prérequis :

Comprendre et parler le français. Faire partie du public visé. Le bénéficiaire doit disposer d'un ordinateur connecté à internet et/ou d'un smartphone.

# PROGRAMME DE FORMATION

## **Validation des prérequis :**

Les prérequis sont validés par un questionnaire préalable à la formation entre le demandeur, le bénéficiaire et le formateur.

## **Publics visés :**

Professionnels de la gestion de patrimoine, conseillers financiers indépendants

## **Modalité de formation :**

Présentiel en intra.

L'inscription est réputée acquise lorsque la convention est signée et / ou l'acompte versé.

Les délais d'accès à l'action sont : entre 15 et 30 jours ouvrés

Accessibilité aux personnes en situation de handicap : Nous contacter, nous étudions au cas par cas les compensations nécessaires.

## **Tarif :**

Cette formation est dispensée pour un coût de 2000€ HT soit 2500€ TTC\* (taux de tva 20%).  
(+ frais de déplacements, hébergement et restauration éventuels)

## **Méthodes pédagogiques :**

Affirmative, active et expositive.

## **Moyens pédagogiques :**

Exposé / Cas pratiques

## **Ressources pédagogiques :**

Support de cours

## **Moyens techniques :**

Ordinateurs, outils de visioconférence, bureau ou salle de réunion, vidéoprojecteur, paperboard.

## **Modalités d'évaluation de la satisfaction :**

Questionnaire de satisfaction à chaud

# PROGRAMME DE FORMATION

## **Modalités d'évaluation des acquis**

QCM / Quiz + Cas pratique

## **Sanction de la formation :**

Attestation de formation

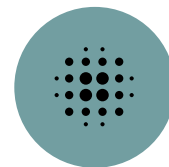
## **Justificatifs de réalisation et d'assiduité :**

Signature d'une feuille d'émargement par le formateur et le bénéficiaire par demi-journée et/ou par séquence de formation.

## **Contact :**

Cécile PAVAGEAU : 06 44 11 35 07 -c.hennequin-pavageau@stratecomm.fr

# MODULES & SEQUENCES



## JOUR 1

### *Compréhension du marché et définition des clients cibles*

À l'issue de cette journée, les participants seront capables de segmenter et d'analyser précisément les différents marchés et clients cibles, en identifiant les besoins et attentes spécifiques pour une approche de gestion de patrimoine personnalisée.

#### **1- Identification et Analyse des clients cibles (3h30)**

- Introduction et objectifs de la formation.
- Techniques d'identification et segmentation des clients (HNWI, professionnels, retraités, familles).
- Analyse des besoins spécifiques et des attentes de chaque segment.

#### **2- Étude de la Concurrence et Positionnement (3h30)**

- Analyse de la concurrence et identification des avantages concurrentiels.
- Atelier sur le développement de propositions de valeur uniques pour chaque segment de clientèle.
- Élaboration du positionnement de marque.

## JOUR 2

### *Stratégies de Communication et Ventas*

À l'issue de cette journée, les participants seront capables de développer et de mettre en œuvre des stratégies de communication et des techniques de vente efficaces, adaptées aux services financiers et aux exigences de leurs clients cibles.

#### **1- Canaux de communication et Stratégies marketing (3h30)**

- Sélection des canaux de communication les plus efficaces (réseaux sociaux, SEO, email marketing).
- Formation sur les outils de marketing digital et traditionnel spécifiques au secteur.
- Création de contenu et techniques de storytelling adaptées aux clients en gestion de patrimoine.

#### **2- Techniques de Vente et Négociation (3h30)**

- Formation aux techniques de vente consultative adaptées aux services financiers.
- Jeux de rôle et simulations sur la négociation et la gestion des objections.
- Stratégies pour construire et maintenir la confiance avec des clients haut de gamme.



## JOUR 3

### *Planification Stratégique et Outils Opérationnels*

À l'issue de cette journée, les participants seront capables de concevoir un plan stratégique de développement commercial intégrant des objectifs clairs, des stratégies marketing personnalisées, et l'utilisation efficace des outils CRM pour optimiser la gestion de la relation client.

#### **1- Développement d'un Plan Stratégique (3h30)**

- Méthodes pour établir des objectifs SMART et planifier des initiatives stratégiques.
- Utilisation de CRM et autres outils technologiques pour le suivi et l'analyse.
- Atelier pratique pour débiter la création d'un plan de développement commercial.

#### **2- Optimisation des Processus et Gestion de la Relation Client (3h30)**

- Systèmes de gestion de la relation client (CRM) et automatisation.
- Techniques pour l'amélioration continue basée sur le feedback client.
- Planification des tactiques de suivi et fidélisation de la clientèle.

## JOUR 4

### *Simulation, Présentation et Feedback*

À l'issue de cette journée, les participants seront capables de mettre en pratique et d'ajuster leur plan de développement commercial à travers des simulations, et recevront des feedbacks constructifs pour affiner leur approche avant la mise en œuvre réelle.

#### **1- Simulation d'une Campagne de Go-to-Market (3h30)**

- Simulation complète d'une campagne de marketing et de vente basée sur le plan développé.
- Évaluation des résultats et ajustements en temps réel.
- Discussion sur les défis rencontrés et comment les surmonter.

#### **2- Présentation Finale et Évaluation (3h30)**

- Présentation des plans de développement commercial par les participants.
- Retour constructif de la part des pairs et de l'instructeur.
- Évaluation de la formation, recueil des feedbacks et discussion sur les étapes suivantes.



## VOTRE FORMATRICE



### CÉCILE PAVAGEAU

Formée à Sciences Po Bordeaux, j'ai assuré des fonctions de développement pendant plus de 10 ans, essentiellement sur des business model en B to B et BtoBtoC. Véritable développeuse dans l'âme, je suis rompue aux outils du webmarketing avec une fibre digitale extrêmement marquée.





# STRAT&COMM

---

Stratégie - Marketing - Développement  
Recrutement - Formation

## **STRAT&COMM Formation**

Château de Lagravade, 47390 LAYRAC | Numéro SIRET: 90251482700010 | 7022Z | TVA intracomm FR80902514827

Numéro de déclaration d'activité: NDA 75 47 01669 47 auprès du préfet de région Nouvelle Aquitaine