



PROGRAMME DE FORMATION

Déployer une Approche Data-Driven au Service de la Performance Commerciale

immeuble Ordinal-508 F
12 Rue des chauffours, 95000 Cergy

PULSAR WEB
CONSULTING

Modalités d'admission et de déroulement

Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail, par téléphone. Votre demande d'inscription sera traitée dans un délai de deux jours ouvrés. Toute commande de formation doit faire l'objet d'une confirmation écrite et suppose que le client accepte le contenu du stage et les prérequis, dont il s'engage à avoir eu connaissance. La formation ne pourra débuter qu'au moins après les 10 jours calendaires suivant la réception du bon de commande.

Lieu de la formation

La formation se déroule en présentiel au région parisienne

Accessibilité pour les personnes en situation de handicap :

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Le référent en la matière se tient à votre écoute pour évaluer puis préciser votre projet de formation et anticiper les éventuels aménagements à réaliser pour vous accueillir.

Contact : pulsarweb.consulting@gmail.com

Délai et modalités d'accès

Le délai d'accès à la formation est de 10 à 20 jours suite à l'inscription auprès du référent pédagogique.



Prérequis d'accès à la formation

- Maîtrise des fondamentaux commerciaux
- Connaissance des outils CRM recommandée
- Utilisation basique d'Excel ou d'un outil de reporting appréciée

Public concerné

Responsables commerciaux, business developers, responsables CRM, analystes commerciaux, managers, responsables grands comptes, responsables marketing et toute personne souhaitant exploiter les données pour améliorer la performance commerciale.



Objectifs et compétences visées

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Exploiter les données CRM afin d'analyser les performances commerciales et identifier des opportunités d'optimisation
- Structurer des tableaux de bord orientés KPI pour piloter la croissance et améliorer la prise de décision
- Évaluer la rentabilité des segments clients afin de prioriser les actions à fort potentiel
- Intégrer des outils d'IA et d'analyse prédictive pour améliorer le ciblage commercial
- Optimiser l'allocation des ressources commerciales afin de maximiser le ROI
- Mettre en place une stratégie commerciale pilotée par la donnée

Méthodes pédagogiques mobilisées

- Présentiel interactif : échanges, retours d'expérience et analyse de pratiques
- Supports multimédias : CRM, dashboards, outils d'analyse de données et IA
- Études de cas : analyse de performance commerciale et segmentation client
- Ateliers pratiques : création de tableaux de bord et exploitation de KPI
- Accompagnement individualisé : feedback personnalisé
- Évaluations formatives : quiz, exercices et débriefings



Durée

21 heures

Tarif

900 € TTC



Programme de formation détaillé

Jour 1 : Exploiter les données commerciales pour piloter la performance

08h00 – 08h30 : Introduction

- Présentation des participants
- Recueil des attentes
- Objectifs et déroulé de la formation

08h30 – 10h00 : Comprendre l'approche Data-Driven

- Les fondamentaux du pilotage par la donnée
- Les enjeux de la performance commerciale
- Les sources de données commerciales et CRM
- Les indicateurs de performance stratégiques

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Exploiter les données CRM

- Structurer et nettoyer les données
- Identifier les tendances commerciales
- Détecter les opportunités d'optimisation
- Analyser les comportements clients

12h00 – 13h30 : Pause déjeuner

13h30 – 15h00 : Analyse des performances commerciales

- Mesurer les taux de conversion
- Analyser le cycle de vente
- Évaluer la qualité des leads
- Identifier les leviers de croissance

15h00 – 15h15 : Pause

15h15 – 17h00 : Atelier pratique #1

- Analyse d'un CRM commercial
- Identification des KPI clés
- Diagnostic des performances
- Recommandations d'optimisation

Jour 2 : Construire des tableaux de bord et optimiser la rentabilité

08h00 – 08h30 : Retour sur la journée 1

- Échanges et ajustements

08h30 – 10h00 : Construire des tableaux de bord orientés KPI

- Structurer un dashboard commercial
- Sélectionner les indicateurs pertinents
- Visualiser les données efficacement
- Faciliter la prise de décision stratégique

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Segmenter et prioriser les clients

- Analyse de rentabilité par segment
- Priorisation des clients à fort potentiel
- Segmentation des activités logistique, facilities et services premium
- Arbitrage des ressources commerciales

12h00 – 13h30 : Pause déjeuner

13h30 – 15h00 : Optimiser les ressources commerciales

- Allocation des équipes et budgets
- Pilotage du ROI commercial
- Optimisation des campagnes et actions terrain
- Analyse des coûts d'acquisition

15h00 – 15h15 : Pause

15h15 – 17h00 : Atelier pratique #2

- Création d'un tableau de bord KPI
- Analyse de rentabilité clients
- Construction d'un plan d'optimisation commerciale
- Feedback et ajustements

Jour 3 : Intégrer l'IA et l'analyse prédictive dans la stratégie commerciale

08h00 – 08h30 : Retour sur la journée 2

- Échanges et ajustements

08h30 – 10h00 : Introduction à l'IA appliquée au commerce

- Les usages de l'IA dans la performance commerciale
- Automatisation et scoring des leads
- Analyse prédictive et prévisions commerciales
- Personnalisation des actions commerciales

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Exploiter l'analyse prédictive

- Anticiper les comportements clients
- Affiner le ciblage commercial
- Identifier les prospects à fort potentiel
- Optimiser la qualité des leads

12h00 – 13h30 : Pause déjeuner

13h30 – 15h00 : Construire une stratégie commerciale pilotée par la donnée

- Définir une feuille de route Data-Driven
- Intégrer les outils CRM et IA
- Suivre les performances dans le temps
- Piloter l'amélioration continue

15h00 – 15h15 : Pause

15h15 – 17h00 : Évaluation finale et clôture

- Création d'un dashboard KPI
- Présentation d'une stratégie d'optimisation
- Feedback personnalisé
- Plan d'action individuel

Méthodes d'évaluation

Évaluation finale sous forme de cas pratique complet : chaque participant devra exploiter des données CRM afin d'analyser les performances commerciales, construire un tableau de bord orienté KPI et proposer une stratégie d'optimisation basée sur les données.