

ZOOM sur Valérie Bossé et présentation de l'atelier



Consultante en marketing depuis plus de 20 ans, **Valérie Bossé** a œuvré la moitié de sa carrière comme directrice de comptes majeures dans les plus grandes agences de publicité du Canada et l'autre moitié au service d'un meilleur marketing pour les PME du Québec puis de la France.

« J'ai fait un Baccalauréat bi-disciplinaire en Études Est-Asiatiques et Géographie, puis une Maîtrise en Géographie des Transports...sur le port de Shanghai, en Chine! Alors pourquoi choisir le marketing après tout ça ? Pour l'attrait des pluri-disciplines ! Car le marketing c'est en fait un mélange de psychologie, de sociologie, d'économie, de politique et de culture. C'est passionnant ! » « Fille de commerçant, j'ai tout de même travaillé pendant près de 10 ans en agence où j'ai été formée pour toucher tous les aspects du métier, surtout la relation directe entre une entreprise et ses clients. J'ai travaillé auprès d'une dizaine d'industries différentes. »



Avantages eMARK est née en 2012 de la volonté d'apporter aux PME-TPE le conseil stratégique d'aussi haut niveau qu'en grande entreprise, et de fournir aussi l'accompagnement requis pour la mise en œuvre de cette stratégie auprès des équipes sur le terrain.

LES ATELIERS DE OCTOBRE 2017 & MARS 2018

Le relationnel client : notre (vraie) valeur ajoutée

Seules 18% des entreprises conduisent des actions spécifiques destinées à garder leur clientèle acquise. Pourtant, il est connu qu'acquérir un client est 5 fois plus coûteux que travailler la relation avec un client déjà acquis. Rééquilibrez l'énergie (temps et argent) que vous consacrez à acquérir de nouveaux clients et développez des relations durables avec vos clients idéaux !

- Les questions fondamentales : 10 min
 - Qu'est-ce qu'un client ? (question idiote, réponse éclairante...)
 - Qu'est-ce que je vends ? (mon offre OK, mais quoi d'autre ?)
 - Qu'est-ce que mon client achète ?
- Le recul bénéfique : 50 min
 - Qui est mon client ? (ce n'est pas « tout le monde »)
 - Exercice court sur le profil de mon client
 - Quel est son processus d'achat ? (il y en a pour tous les produits et tous les services...quel est le processus d'achat de mon produit ?)
 - Comment s'articule mon processus de vente ?
 - Générer une expérience client unique : où sont mes petits « plus » qui font toute la différence ?
- Réflexion pour l'action : 30 min.

- Exercice d'évaluation des critères de sélection de mes clients
- Quelles questions poser à mes clients dans les prochaines semaines ?

Ce qu'ils en pensent ...

- Enthousiasme de la formatrice. Mise en place de la méthode : efficace, évident pertinent
- Très grande clarté
- Concrétiser le marketing. Identifier son client cible
- Démystification du client
- Connaissances, réalisme, ouverture d'esprit
- Comprendre que le client est simplement une personne. On ne peut pas plaire à tout le monde.
- Développer un suivi client pour s'attacher à obtenir un « récurrent »
- Qualité des échanges
- Le rythme. L'apprentissage par le jeu collectif