

Comment augmenter ses parts de marché chez ses clients ?

Non-certifiante

Formation continue.

Réf. : 2004212F — Mise à jour : 6 janvier 2026

Organisme responsable : EVOLUTIS

Contenu

Objectifs

- Développer ses parts de marché clients
- Accélérer la croissance chez le client
- Professionnaliser la relation client pour mieux le fidéliser
- Emporter l'adhésion sous l'angle du conseil
- Bâtir une véritable stratégie pour gagner plus de parts de marchés

Programme

Introduction

- Définition de la part de marché
- Le chiffre d'affaires que nous réalisons chez nos clients, c'est-à-dire les parts de marché entreprise : la réserve de prospection de nos concurrents
- Le chiffre d'affaires de nos concurrents chez nos clients = notre relai pour accélérer la croissance

La préparation de la visite

- La préparation mentale : lever ses propres freins et ses inhibitions
- La préparation matérielle
- L'étude statistique du dossier et le calcul de la part de marché
- Identifier nos concurrents
- Identifier les relais de croissance pour développer les ventes clients
- Utiliser les services ou produits différenciants pour bâtir une tactique d'approche

La consolidation de notre chiffre d'affaires

- Vérifier la satisfaction du client
- Prendre une commande ambitieuse
- Ancrer la vente dans la durée

La transition vers le relais de croissance identifié en préparation

- Comment passer adroitement de la consolidation de notre chiffre d'affaires au relais de croissance identifié en préparation ?
- Comment augmenter les parts de marché de l'entreprise chez nos clients ?
- Comment, si elles existent, utiliser les promotions et utiliser les produits/services différenciants ?

La démarche de vente des relais de croissance

- Comment susciter l'intérêt ? Comment créer le besoin ?
- La découverte orientée
- Comment semer le doute sur le concurrent en place ?
- Comment questionner adroitement ?
- Comment identifier les motivations d'achat du client ?
- La méthode du Quintilien

L'approche SONCASE
L'argumentation efficace
La méthode CAP
Comment se débanaliser face au concurrent en place ?
L'argumentation comparative
Comment se démarquer par rapport à un concurrent moins cher ?
Comment justifier son écart de prix et le transformer en gain pour le client ?
La méthode DTE

La conclusion

Les techniques de conclusion proactives et la conduite à tenir en cas d'échec
Techniques et comportements
Choix des mots et du langage
Gestuelle et postures appropriées
Quelles sont les erreurs à éviter durant cette phase clé ?
La prise de congé
Pourquoi la prise de congé est-elle un élément fort dans la prise de parts de marché chez ses clients ?
Comment prendre congé et accompagner le client dans son achat ?
Comment devenir le référent

Certifications préparées et métiers visés

Niveau d'entrée Aucun prérequis	Niveau de sortie Sans niveau spécifique
------------------------------------	--

Dates et lieux de formation

N° session	Modalité	Lieu	Du	Au
2165726	À distance	—	31/12/2025	30/12/2026
2165727	Présentiel	Plouër-sur-Rance	31/12/2025	30/12/2026

Source : GREF Bretagne #2004212F