SST FORMATION
Une marque de Berenice GROUP

# CONSOLIDER ET DÉVELOPPER SON PORTEFEUILLE ADHÉRENTS EN TERRITOIRE CONCURRENTIEL

## Analyser son territoire, fidéliser autant que conquérir, conseiller jusque sur les grands comptes

*L'adhésion n'est plus acquise : sur certains territoires, elle se dispute. Deux jours pour analyser votre territoire, fidéliser autant que conquérir et conseiller jusque sur les grands comptes. Le fil rouge : votre propre portefeuille, et l'un de ses grands comptes.*

**LE FIL ROUGE**
Votre portefeuille d'adhérents et l'un de ses grands comptes : segmenté, priorisé, puis travaillé en plan de compte.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|
| Le territoire | Attentes et offre | La démarche | Posture de conseil | Grands comptes | Communiquer |
| ATELIER 1 | JEU DE RÔLE 1 | ATELIER 2 | JEU DE RÔLE 2 | JEU DE RÔLE 3 | JEU DE RÔLE 4 |

**Objectifs** À l'issue de la formation, les participants savent :

- analyser leur territoire et leur environnement concurrentiel ;
- maîtriser les fondamentaux du développement et de la fidélisation d'un portefeuille d'adhérents ;
- segmenter leur portefeuille et prioriser leurs efforts ;
- adopter une posture de conseil auprès des adhérents ;
- gérer et développer les grands comptes ;
- communiquer efficacement pour valoriser l'offre de leur SPSTI.

## INFORMATIONS

**Public**
Manager, comité de direction, directeur général, relation adhérents, responsable prévention.

**Prérequis**
Aucun prérequis nécessaire.

**Modalités et tarifs**
- Intra-entreprise : nous consulter

**Dates**
Consultez notre site web.

**Lieux**
- Paris
- Régions
- Sur site

**Méthodes pédagogiques**
- Un fil rouge : votre portefeuille d'adhérents et l'un de ses grands comptes
- Quatre jeux de rôle, chacun suivi de son débrief
- Ateliers sur son propre portefeuille : territoire, segmentation, plan de compte

**Méthodes d'évaluation**
- Quiz de positionnement en ouverture
- Points d'observation à chaque jeu de rôle
- Étude de cas collective et quiz final
- Évaluation de la formation par les participants

**Accessibilité**
Formation accessible aux personnes en situation de handicap : notre référent handicap étudie avec vous les adaptations utiles.

## PROGRAMME DÉTAILLÉ (2 JOURS) TR021

### 1 Analyser son territoire

- Cartographie des adhérents, des prospects et des acteurs concurrents.
- Les mouvements du portefeuille : entrées, sorties, entreprises fragilisées.
- Ce que la concurrence propose, ce qu'elle ne peut pas proposer.

ATELIER 1 — **Mon territoire.** Cartographier ses adhérents, ses prospects et ses concurrents.

### 2 Comprendre les attentes et positionner l'offre

- Les attentes des entreprises selon leur taille et leur secteur.
- Le positionnement de l'offre du SPSTI : offre socle (L. 4622-9-1), offre complémentaire.
- Dire en quoi le service se distingue.

JEU DE RÔLE 1 — **Pourquoi rester chez vous ?** Répondre à un adhérent sollicité par un autre service.

### 3 Structurer sa démarche de développement

- Segmenter le portefeuille.
- Prioriser : où mettre l'effort.
- Le plan d'action de développement : cibles, actions, responsables, calendrier.

ATELIER 2 — **Ma segmentation.** Segmenter son portefeuille et choisir trois priorités.

## PROGRAMME DÉTAILLÉ (2 JOURS) · SUITE

TR021

### 4 Conseiller les adhérents : la posture de conseil

- Passer d'une logique de prestation à une logique de conseil : écoute, diagnostic des besoins, proposition de valeur.
- Conduire un entretien de conseil : questionnement, reformulation, argumentation adaptée à chaque interlocuteur.
- Conclure sur une suite.

JEU DE RÔLE 2 — **Qu'est-ce que vous me proposez ?** Conduire un entretien de conseil avec une directrice des ressources humaines.

### 5 Gérer et développer les grands comptes

- Spécificités des grands comptes : interlocuteurs multiples, enjeux, processus de décision.
- Construire un plan de compte : cartographie des acteurs, objectifs, actions de fidélisation et de développement.
- Élaborer le plan de compte d'un grand compte de son propre portefeuille.

ATELIER 3 — **Mon plan de compte.** Cartographier les acteurs et fixer les objectifs.

JEU DE RÔLE 3 — **Le comité de suivi.** Présenter le bilan annuel au siège d'un groupe multi-sites.

### 6 Communiquer pour développer et fidéliser

- Les fondamentaux de la communication au service de la relation adhérent : messages clés, supports, canaux.
- Valoriser l'offre et les résultats du SPSTI : rendre visible la valeur apportée aux adhérents.

JEU DE RÔLE 4 — **En trois minutes.** Présenter le service devant un club d'entreprises du territoire, puis plan d'action et quiz final.

## LES JEUX DE RÔLE : QUATRE RENDEZ-VOUS AVEC DES ADHÉRENTS, QUATRE DÉBRIEFS

**JEU DE RÔLE 1** — Séquence 2

**Pourquoi rester chez vous ?**
Un adhérent de quatre-vingts salariés annonce qu'un autre service lui propose « la même chose, moins cher et plus vite ».
**On y travaille :** questionner sur ce qui compte pour lui, dire ce qui distingue le service avec des faits, proposer un engagement précis.

**JEU DE RÔLE 2** — Séquence 4

**Qu'est-ce que vous me proposez ?**
La directrice des ressources humaines d'une entreprise industrielle expose un absentéisme en hausse et attend une réponse.
**On y travaille :** questionner avant de proposer, reformuler le besoin, présenter une proposition en trois temps.

**JEU DE RÔLE 3** — Séquence 5

**Le comité de suivi**
Le siège d'un groupe de douze sites reçoit le service pour le bilan annuel. Chaque site a son avis.
**On y travaille :** présenter des résultats consolidés, entendre les écarts entre sites, proposer deux actions pour l'année.

**JEU DE RÔLE 4** — Séquence 6

**En trois minutes**
Un club d'entreprises invite le service à se présenter entre deux interventions.
**On y travaille :** accrocher par un enjeu des dirigeants, dire ce que le service apporte, donner un moyen simple de le contacter.

*Chaque situation se joue en petit groupe, sous le regard d'un observateur, puis se débriefe sur la réponse attendue. En intra, les situations peuvent être celles de votre service.*

## OUTILS REMIS AUX PARTICIPANTS

**Carte du territoire**
Adhérents, prospects, concurrents.

**Grille de segmentation**
Segments, enjeux, priorités.

**Trame d'entretien de conseil**
Questionner, reformuler, proposer.

**Plan de compte**
Acteurs, objectifs, actions.

**Messages clés**
Dire la valeur du service.

**Repères travaillés :** analyse de territoire, segmentation de portefeuille, posture de conseil, gestion des grands comptes, communication de l'offre ; Code du travail, L. 4622-9-1.

## LA SIGNATURE SST FORMATION

**Un fil rouge**
Un fil conducteur relie les apports aux situations réelles du métier, de la première à la dernière séquence.

**Des jeux de rôle tout au long de la formation**
On joue les situations, on débriefe sur la réponse attendue, et on recommence.

**Des formateurs du terrain**
Issus des SPST, ils en connaissent les métiers, les sigles, la culture et les transformations.

**Des contenus structurés**
Support, jeux de rôle et fiches sont conçus de façon centrale : la même exigence quel que soit le formateur.