

### Objectifs pédagogiques

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

- Identifier les réseaux pertinents et les contacts influents
- Définir des stratégies et un plan d'action pour développer efficacement son réseau
- Mettre en œuvre des bonnes pratiques pour entretenir et pérenniser son réseau de partenaires

### Public

Toute personne souhaitant développer un réseau de partenaires afin de booster ses ventes

### Prérequis

Aucun

### Modalités d'admission

Admission sans disposition particulière

### Durée

2 journées (14 heures)

### Modalités pédagogiques

Formation en présentiel ou distanciel

Intervenant-e expérimenté-e et spécialiste dans son domaine d'intervention

Méthode active et participative

Alternance d'apports théoriques, de présentation d'outils, méthodes concrètes et mises en situation pratiques

Approche basée sur l'expérience des participants

### Moyens et supports pédagogiques

1 vidéo projecteur

Connexion Internet

Support de cours numérique et attestation de formation remis en fin de formation

### Modalités d'évaluation et de suivi

Mises en situation pratiques tout au long de la formation pour favoriser l'appropriation des concepts et outils abordés

Mémorisation des points essentiels de la formation avec des synthèses proposées régulièrement par l'intervenant

Complétion par l'intervenant-e d'une grille d'évaluation des acquis en fin de formation

### Identifier un réseau de partenaires

- Définir les notions de réseau et de partenaires
- Les règles et usages d'un réseau de partenaires
- Les avantages et les limites d'un réseau de partenaires

### Identifier la cible afin d'élaborer un partenariat efficace

- Dresser la carte de ses réseaux réels et potentiels
- Identifier les partenaires appropriés à son activité
- Définir ses cibles
- Identifier les contacts clés

### Définir sa stratégie de réseau

- Définir ses objectifs
- Prioriser les cibles et définir son plan d'action
- Choisir son approche : téléphone, rendez-vous, salons...

### S'approprier des techniques de prise de contact

- L'approche téléphonique
- Le rendez-vous, technique du face à face
- Rencontre sur salon ou autre
- Accrocher l'intérêt de son interlocuteur
- Préparer son message : présentation entreprise, activité, intérêt du partenariat
- Argumenter pour convaincre

### Les bonnes pratiques du réseautage d'affaires

- Les pièges à éviter
- Que peut-on demander à son réseau ?
- Transformer une rencontre en contact « business »
- Principes d'échanges, de reconnaissance et de réciprocité