



Former, digitaliser & accompagner les commerciaux !

Catalogue

FORMATIONS 2021 - 2022

**Développez vos ventes
grâce à de nouvelles
méthodes commerciales**



Sommaire

Des formations au catalogue 2021 - 2022

Éditorial



1. Les plus populaires

Créer et animer son compte LinkedIn.....	11
Développer son business avec le Social Selling (LinkedIn niv. 2).....	12
Améliorer ses performances commerciales avec HubSpot Sales	13
Maîtriser l'entretien de vente BtoB en visioconférence	14



2. Les nouveautés

Provoquer l'engagement de ses prospects par la force du rédactionnel.....	16
Acquérir rapidement de nouveaux clients par l'approche Growth Hacking.....	17
Développer ses compétences relationnelles commerciales avec la méthode DISC	18
Formation SDR (Sales Development Representative) : Adopter une nouvelle méthodologie de prospection efficace	19



3. Les fondamentales - Parcours commercial 3.0

Faire évoluer la fonction commerciale.....	21
Faire collaborer ses équipes autour d'objectifs communs Inbound.....	22
Professionaliser son approche téléphonique en BtoB.....	23
Réussir son entretien de vente complexe.....	24
Comprendre les fondamentaux de l'Inbound Marketing pour les commerciaux	25



4. Les fondamentales - Parcours dirigeant 3.0

Dirigeant(e), la transformation digitale passe aussi par votre force de vente.....	27
À l'ère du digital, le comportement commercial doit évoluer et s'adapter.....	28
Optimiser sa démarche commerciale.....	29
Gérer sa force de vente avec de nouvelles méthodes de management commercial.....	30

Notre équipe pédagogique



Christophe Magne

Responsable du centre de formations
commerciales Winbound Sales
christophe.magne@winbound.fr

02 22 91 06 96



Notre équipe formation



Stéphanie Bécoulet

Responsable Formation
sbecoulet@mv-group.fr
02 22 91 06 55



Laura Kerguiduff

Chargée de projets Formation
lkerguiduff@mv-group.fr
02 22 91 07 59



Vous pouvez également nous écrire à formation@mv-group.fr

Éditorial

Le monde change : chacun le constate dans son quotidien, et ce n'est que le commencement.

Le digital bouleverse les usages et les comportements des acheteurs. Ces acheteurs, ce sont vos clients. Et vos clients ont changé.

Et vous, qu'avez-vous changé ? Vous avez tenté de vous digitaliser, comme tout le monde aujourd'hui.

Oui, mais concrètement, que se passe-t-il ?

Les actions sont souvent réalisées dans l'urgence, sans tactique, sans projet global d'entreprise, les équipes ne font pas évoluer leurs pratiques.

Les nouvelles approches marketing (Inbound Marketing ou Account-Based Marketing) ont pour objectif de transmettre des opportunités intéressantes dans les mains des commerciaux qui passent encore trop de temps à prospecter sur listes ou à des tâches administratives.

C'est là que nous intervenons pour les mener à transformer **ces opportunités en vente** et à écouter et détecter aussi de nouvelles opportunités commerciales afin d'assurer le **développement de votre chiffre d'affaires et de vos clients.**

Winbound, filiale de MV Group est une agence experte en stratégie digitale d'acquisition de prospects et de transformation commerciale.



Michel Brébion
CEO Winbound.

Nous avons développé sous notre marque Winbound Sales et notre équipe de formateurs de commerciaux un panel de formations pour faire **monter en compétence votre équipe commerciale** sur ces nouvelles approches très pragmatiques.

Vous aurez toutes les clés des nouvelles méthodes commerciales 3.0 pour développer vos compétences et votre entreprise.

A propos de **M V G R O U P**

MV Group offre une recette unique dans le digital en apportant une solution globale avec 8 filiales, 42 expertises et un interlocuteur unique permettant aux PME et au ETI françaises de développer leur business et de les faire grandir grâce à un discours clair et compréhensible.

Notre groupe réunit 8 filiales aux expertises complémentaires :

yumens

L'agence conseil en stratégie digitale



Cabinet d'audit en stratégie digitale



Agence conseil media et digital



Agence d'inbound marketing & account-based marketing



Agence de data spécialisée en stratégie de fidélisation clients



Agence de communication social media



L'école dans l'entreprise



Agence conseil audiovisuel

Nos certifications



Nos experts formateurs



Gaëtan
DE MONCUIT



Christophe
MAGNE



Charlotte
MARTINEAU



Céline
PELCOT



Justine
PLASSARD



Cindy
RONSOUX



Marine
SALOU



Leïla
VIEUVILLE

Formations et ateliers à la carte (De 1 à 2 jours)

En Intra : « Sur-mesure » personnalisées pour votre entreprise

- Adapter un programme et des modalités de formation qui répondent spécifiquement à votre besoin, dans vos locaux, partout en France en présentiel et distanciel

En Inter : « Multi-entreprises »

- Acquérir de nouveaux savoirs, partager des pratiques et des outils
- Valoriser les échanges entre participants
- Formations sur toute la France en présentiel et distanciel



Notre process formation

Nos formateurs sont présents à chaque étape du processus de formation pour vous garantir un suivi irréprochable et rigoureusement fidèle à vos exigences.



L'expert c'est vous maintenant !



L'accompagnement

Nous vous accompagnons sur la mise en œuvre de votre plan de développement des compétences et ses dispositifs financement :

Plan de développement des compétences

- Planification de vos actions de formation en fonction des publics cibles et des besoins identifiés
- Sélection du dispositif de financement le plus approprié
- Conseil sur les différentes prises en charge budgétaires en fonction de votre OPCO

Les dispositifs de financement

Les formations Winbound peuvent être prises en charge, totalement ou partiellement, dans le cadre des dispositifs de financement en vigueur.

- Plan de formation
- Prise en charge totale ou partielle par votre OPCO des coûts pédagogiques et frais annexes
- Favoriser le maintien dans l'emploi des salariés



Engagement Qualité

Notre organisme de formation est référencé Datadock, indispensable pour les financements OPCO.

Winbound, organisme répondant aux 6 critères et 21 indicateurs du décret qualité, propose des formations efficaces et performantes animées par des experts digitaux.

Modalités et conditions d'accès

L'accès à nos formations peut être initié, soit par l'employeur, soit à l'initiative du salarié avec l'accord de ce dernier, soit à l'initiative propre du salarié.

Pour chaque demande de formation, notre service réalise un entretien téléphonique avec le référent pédagogique afin d'établir une formation personnalisée qui prend en compte les attentes, les préférences et les contraintes du prospect.

Lors de cet entretien, les modalités de déroulement de la formation, le ou les objectifs, les connaissances et les compétences acquises et à acquérir, le financement sont précisés.

Un devis sur mesure est ensuite transmis avec le programme adapté.

A réception du devis signé, le pôle formation organise la logistique et prend en charge la partie administrative puis attribue un formateur.

Le délai d'accès aux formations, tient compte de ces différentes étapes afin d'être accessible dans un temps minimum d'un mois avant le début de l'action.

Un accès au support de formation numérique personnalisé et une assistance gratuite auprès du formateur par mail durant 12 mois.

Accessibilité aux personnes handicapées

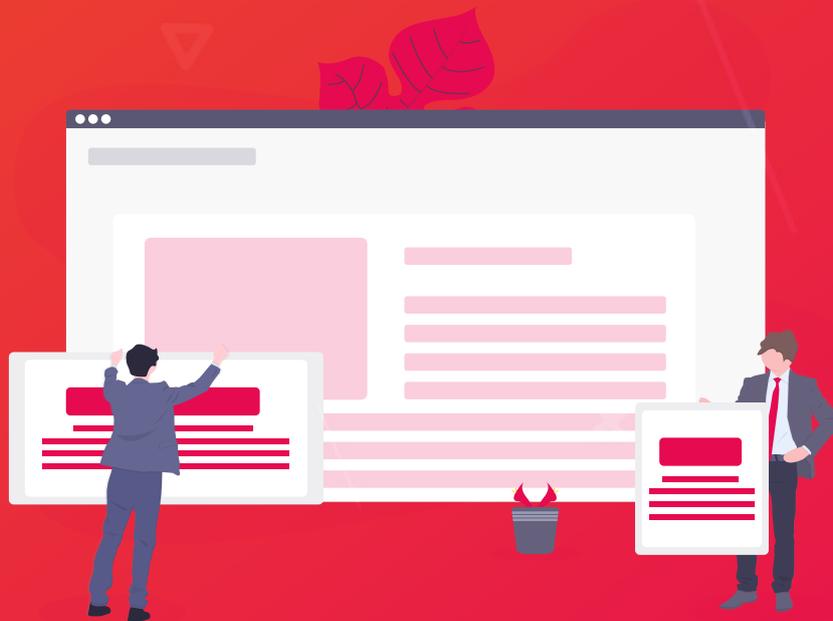
Notre organisme est conforme à la réglementation en matière d'accessibilité aux personnes en situation de handicap.

En effet, toutes nos salles sont au rez-de-chaussée et un ascenseur permet aux personnes à mobilité réduite de pouvoir accéder aux étages de MV Group.

L'équipe est à votre écoute pour toute demande d'adaptation spécifique.



1. Les plus populaires





1. Les plus populaires

Créer et animer son compte LinkedIn



Compétences visées

- Prendre en main LinkedIn
- Créer son profil LinkedIn
- Créer sa communauté et sa cible
- Animer son compte LinkedIn



Public concerné

- Commerciaux, Directeurs(trices), commerciaux, Dirigeant(e)s d'entreprise voulant développer leurs compétences sur LinkedIn



Pré-requis

- Utiliser au quotidien un ordinateur et un smartphone



Moyens

- Un support de formation complet au format numérique
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert salarié de Winbound
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



Durée

- 1 Jour (7 heures)



Modalités d'évaluation

- Attestation de formation individuelle remise en fin de formation
- Activités et évaluations tout au long de la journée (quizz, travaux de groupe, etc) et à la fin de la formation



Tarif

- Nous consulter



Programme

Comprendre la force de LinkedIn aujourd'hui

- Connaître les chiffres clés
- Conforter les intérêts d'usage
- Parcourir une présentation synthétique de l'outil
- Paramétrer LinkedIn

Créer mon profil

- Créer ma photo, bandeau, résumé, médias associés
- Décliner mon parcours
- Obtenir des recommandations
- Assimiler les astuces de création
- Interpréter le Social Selling Index
- Cas pratique : Réalisation de votre profil

Créer ma communauté et ma veille

- Sélectionner mes cibles
- Savoir inviter (approches et usages)
- Pourquoi accepter / refuser une invitation
- Rejoindre des groupes et centres d'intérêt
- Comment suivre certains comptes
- Cas pratique : Lancement de la création de votre communauté

Animer mon compte LinkedIn

- Créer un post
- Faire un commentaire, like
- Partager des contenus (entreprise...)
- Appliquer la règle des 3 tiers (ligne éditoriale)



1. Les plus populaires

Développer son business avec le Social Selling (LinkedIn niv.2)



Compétences visées

- Mettre en oeuvre un plan d'actions avancé sur LinkedIn
- Prospecter sur LinkedIn



Public concerné

- Dirigeant(e)s, Équipes commerciales



Pré-requis

- Posséder un compte LinkedIn déjà existant
- Avoir un ordinateur et un smartphone



Moyens

- Un support de formation complet au format numérique
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert salarié de Winbound
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



Durée

- 1 Jour (7 heures)



Modalités d'évaluation

- Attestation de formation individuelle remise en fin de formation
- Activités et évaluations tout au long de la journée (quizz, travaux de groupe, etc) et à la fin de la formation



Tarif

- Nous consulter



Programme

Qu'est-ce que le Social Selling ?

- Définition et échanges
- Les objectifs à atteindre

LinkedIn : Comment l'utiliser en Social Selling ?

- Développer son profil comme une marque
- Construire sa communauté orientée business
- Structurer sa ligne éditoriale autour de ses expertises métier
- Détecter des signaux d'affaires
- Influencer sa communauté
- Utiliser des astuces et techniques efficaces

Utiliser Sales Navigator / Premium

- Appréhender l'interface Sales Navigator : Présentation et prise en main + paramétrage de vos préférences de vente
- Mener des recherches avancées de prospects et comptes : Recherches / filtres / recherches booléennes / préférences commerciales
- Coordonner ses listes au sein de Sales Navigator
- Utiliser ses InMails : comment rédiger mes messages
- Suivre ses contenus avec Smart Link (ex-Point Drive) et autres outils de tracking
- Découvrir les fonctionnalités et astuces qui font la différence

Mon plan d'actions

- Déployer le Social Selling pour obtenir des rendez-vous commerciaux



1. Les plus populaires

Améliorer ses performances commerciales avec HubSpot Sales



Compétences visées

- Actualiser ses pratiques commerciales
- Paramétrer son compte
- Créer ses transactions



Public concerné

- Responsables commerciaux, Commerciaux, Dirigeant(e)s



Pré-requis

- Être utilisateur de HubSpot Sales



Moyens

- Un support de formation complet au format numérique
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert certifié Hubspot Sales salarié de Winbound
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



Durée

- 1 Jour (7 heures)



Modalités d'évaluation

- Attestation de formation individuelle remise en fin de formation
- Activités et évaluations tout au long de la journée (quizz, travaux de groupe, etc) et à la fin de la formation



Tarif

- Nous consulter



Programme

Les fondamentaux à connaître

- Parcourir les principes de base
- Moderniser ses pratiques commerciales

Paramétrage (des usages)

- Paramétrer son compte
- Paramétrer son profil

Les contacts et les entreprises

- Gérer ses contacts
- Enrichir les données
- Cas training

Créer vos transactions

- Créer les étapes de son pipeline de vente
- Envoyer et suivre ses propositions commerciales / cas training

Gérer et historiser toutes ses actions

- Gérer toutes ses activités
- Gérer ses rendez-vous

Suivre les performances de ses actions

- Paramétrer ses tableaux de bord
- Utiliser les filtres



1. Les plus populaires

Maîtriser l'entretien de vente BtoB en visioconférence



Compétences visées

- Appréhender les outils visio pour vendre en distanciel
- Acquérir une méthodologie d'entretien de vente propice au distanciel en environnement BtoB



Public concerné

- Commerciaux de terrain ou Sédentaires



Pré-requis

- Être à l'aise avec les outils numériques et l'usage d'Internet



Moyens

- Un support de formation complet au format numérique
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert salarié de Winbound
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



Durée

- 1 Jour (7 heures)



Modalités d'évaluation

- Attestation de formation individuelle remise en fin de formation
- Activités et évaluations tout au long de la journée (quizz, travaux de groupe, etc) et à la fin de la formation



Tarif

- Nous consulter



Programme

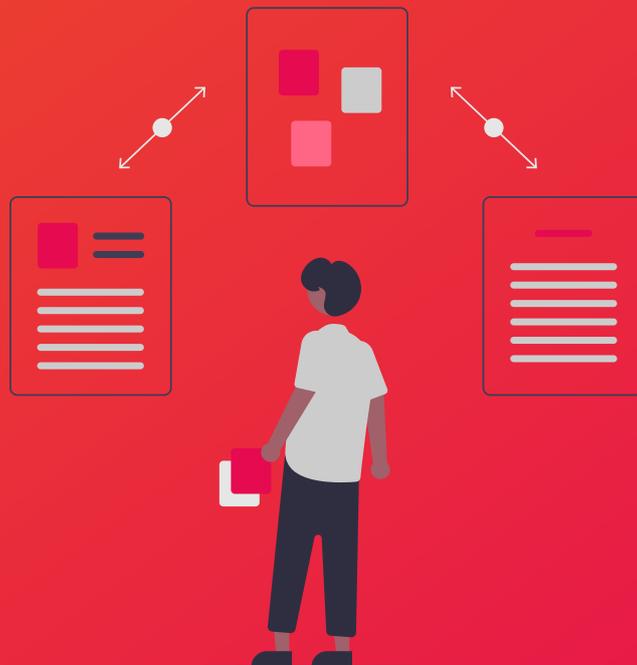
Le contexte commercial évolue, et les opportunités de rendez-vous client physiques s'atténuent. Dès lors, transformer ses pratiques d'entretien de vente devient primordial à l'atteinte de ses objectifs.

La vente en visioconférence

- Faire du distanciel une force
- Utiliser les outils de tracking de présentation
- Se mettre dans de bonnes conditions d'entretien visio
- Adopter le bon savoir-être
- S'assurer d'avoir la configuration technique optimale
- Découvrir son client dans une approche SAFI
- Présenter son offre en alliant support et webcam
- Traiter les objections clients en triple approche
- S'entraîner à vendre : Mises en situation nombreuses



2. Les nouveautés





2. Les nouveautés

Provoquer l'engagement de ses prospects par la force du rédactionnel



Compétences visées

- Capturer l'attention et convaincre de réaliser une action (s'inscrire à une newsletter, télécharger un ebook, s'inscrire à un webinar, prendre contact)
- Choisir les formulations les plus convaincantes
- Marier technique marketing et connaissance de la psychologie



Public concerné

- Commerciaux, Marketeurs



Pré-requis

- Être à l'aise avec les outils numériques et l'usage d'Internet



Moyens

- Un support de formation complet au format numérique
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert salarié de Winbound
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



Durée

- 1 Jour (7 heures)



Modalités d'évaluation

- Attestation de formation individuelle remise en fin de formation
- Activités et évaluations tout au long de la journée (quizz, travaux de groupe, etc) et à la fin de la formation



Tarif

- Nous consulter



Programme

Les nouvelles attentes des acheteurs : de l'importance de la prise de parole et de la parfaite connaissance de son interlocuteur.

Le contenu au coeur de l'activité commerciale

- Le commercial / conseiller (partage de contenu / expertise)
- Le commercial / vendeur (séquences e-mails de prospection, prises de contact sur les réseaux sociaux, relation commerciale)
- Les nouvelles approches par le contenu : L'Inbound Marketing, le Social Selling, l'Account-Based Marketing
- Le storytelling vu par le commercial

Rédiger un e-mail performant

- Être convaincant dès l'objet d'un e-mail pour optimiser le taux d'ouverture
- Convaincre par les mots
- Synthétiser ses propos
- S'entraîner à rédiger un e-mail performant

Rédiger un post et un commentaire sur les réseaux sociaux

- Optimiser son image de marque personnelle par le copywriting
- Éviter les erreurs classiques
- Prendre la parole efficacement et capter l'attention
- Se démarquer par le rédactionnel en restant authentique
- S'entraîner à partir d'un cas concret

Quel contenu partager ?

- La curation de contenus argumentés
- La création de contenus personnels
- Le partage de contenus corporates
- La mise en avant de contenus protégés (convaincre de télécharger)
- S'entraîner à partir d'un cas concret

Construire des messages en Social Selling

- Identifier son audience et connaître ses attentes
- Détecter les signaux faibles
- Rebondir habilement et capter l'attention
- S'entraîner à partir d'un cas concret



2. Les nouveautés

Acquérir rapidement de nouveaux clients par l'approche Growth Hacking



Compétences visées

- Maîtriser des tactiques et outils numériques pour déployer rapidement des actions Growth Hacking
- Préparer son plan d'actions Growth Hacking



Public concerné

- Équipes commerciales souhaitant démarrer une approche Growth Hacking pour développer rapidement leurs ventes



Pré-requis

- Aisance sur les réseaux sociaux, usage quotidien des outils Google et d'Internet



Moyens

- Un support de formation complet au format numérique
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert salarié de Winbound
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



Durée

- 1 Jour (7 heures)



Modalités d'évaluation

- Attestation de formation individuelle remise en fin de formation
- Activités et évaluations tout au long de la journée (quizz, travaux de groupe, etc) et à la fin de la formation



Tarif

- Nous consulter



Programme

État des lieux et basiques du Growth Hacking

- Définir le Growth Hacking : Mythes et réalité
- Intégrer cette pratique en toute légalité (RGPD)
- Assimiler l'approche Growth Hacking dans son environnement professionnel par l'approche AARRR*

L'AARRR* du Growth Hacking

Définition, illustration et mise en application immédiate des étapes AARRR*, pour construire votre plan d'actions :

- Acquisition - Faites venir vos prospects à vous rapidement
- Activation - Jaugez vite la température d'un prospect : chaud ? bouillant ? froid ?
- Retention - Transformez vos acheteurs en fans inconditionnels
- Recommandations - Laissez parler vos ambassadeurs
- Revenus - Analysez vos gains et restez à l'affût

Intégrez votre plan d'actions

- Growth Hacking dans vos stratégies
- Tactiques commerciales habituelles

*AARRR : Acquisition, Activation, Rétention, Référence, Revenus



2. Les nouveautés

Développer ses compétences relationnelles commerciales avec la méthode DISC*



Compétences visées

- S'approprier l'approche DISC commerciale, conçue pour les professionnels de la vente
- Prendre en compte les différences comportementales entre les individus et repérer des informations sur les styles de vente de chacun



Public concerné

- Responsables commerciaux, Commerciaux, Dirigeant(e)s



Pré-requis

- Questionnaire préalable à la formation



Moyens

- Un support de formation complet au format numérique
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert certifié DISC WPMOT salarié de Winbound
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



Durée

- 1 Jour (7 heures)



Modalités d'évaluation

- Attestation de formation individuelle remise en fin de formation
- Activités et évaluations tout au long de la journée (quizz, travaux de groupe, etc) et à la fin de la formation



Tarif

- Nous consulter



Programme

- Comprendre le modèle de communication DISC
- Identifier son comportement et celui des autres
- Les principes de la communication
- Exercices de compréhension adaptés à la vente
- Analyser votre graphe
- Visualiser la roue d'équipe
- Mes préférences de communication / Remise des rapports
- Préparer votre plan d'actions

*DISC : Dominance, Influence, Stabilité, Conformité



2. Les nouveautés

Formation SDR* : adopter une nouvelle méthodologie de prospection efficace



Compétences visées

- Organiser, qualifier, présenter, planifier des rendez-vous et négocier avec les prospects en amont du cycle de vente



Public concerné

- Assistant(e)s commerciaux/ales et Commerciaux/ales sédentaires



Pré-requis

- Être à l'aise avec la recherche d'informations sur internet



Moyens

- Un support de formation complet au format numérique
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert salarié de Winbound
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



Durée

- 1 Jour (7 heures)
- 2 Jours (14 heures, selon la taille du groupe)



Modalités d'évaluation

- Attestation de formation individuelle remise en fin de formation
- Activités et évaluations tout au long de la journée (quizz, travaux de groupe, etc) et à la fin de la formation



Tarif

- Nous consulter



Programme

État des lieux et organisation

- État des lieux de l'organisation de la prospection commerciale dans l'entreprise (ce qui fonctionne bien et ce qui ne fonctionne pas)
- L'importance d'un SDR dans l'organisation
- Les missions du SDR dans l'organisation de la prospection commerciale
- Les outils à disposition du SDR
- Définition des publics cibles à prospecter
- La collecte de l'information (Quoi ? Comment ? Pourquoi ?)
- La qualification des besoins
- La planification des rendez-vous et des relances
- Le passage de relai en interne
- L'enregistrement des informations et le suivi des KPI*

Ateliers de mise en pratique

- Mettre en place l'organisation pré-sales
- Définir et collecter l'information nécessaire
- Créer des listes pertinentes de prospects
- Construire sa présentation de l'entreprise et des offres
- S'entraîner à présenter l'entreprise et les offres
- S'entraîner à la prospection téléphonique sur cas fictifs et réels
- Argumenter et négocier par téléphone

*SDR : Sales Development Representative

*KPI : Indicateurs Clés de Performance



3. Les fondamentales - Parcours commercial 3.0





3. Les fondamentales - Parcours commercial 3.0

Faire évoluer la fonction commerciale



Compétences visées

- Concilier Social Selling et méthodes de vente pour transformer l'approche commerciale



Public concerné

- Directeurs commerciaux, Dirigeant(e)s d'entreprise voulant adapter leurs pratiques commerciales



Pré-requis

- Être dans un poste à vocation commerciale, avoir créé un profil LinkedIn et être muni d'un ordinateur portable



Moyens

- Un support de formation complet au format numérique
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert salarié de Winbound
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



Durée

- 3 Jours (21 heures)
- Ou 6 demi-journées si distanciel



Modalités d'évaluation

- Attestation de formation individuelle remise en fin de formation
- Activités et évaluations tout au long de la journée (quizz, travaux de groupe, etc) et à la fin de la formation



Tarif

- Nous consulter



Programme

Les fondamentaux à connaître

La relation clientèle évolue et les pratiques d'hier, trop intrusives, laissent place à de nouvelles approches commerciales.

LinkedIn - Comment l'utiliser en Social Selling

- Développer son profil comme une marque
- Construire sa communauté orientée business
- Détecter des signaux d'affaires
- Structurer sa ligne éditoriale autour de ses expertises métier

Utiliser Sales Navigator

- Appréhender l'interface Sales Navigator
- Mener des recherches avancées de prospects et comptes
- Coordonner ses listes au sein de Sales Navigator
- Utiliser les InMails : usages et rédaction de messages

Fondamentaux du commerce

- Réussir son approche téléphonique : Atteindre son interlocuteur
- Réussir son approche téléphonique : Prendre rendez-vous
- Renforcer ses entretiens de vente : Déroulé SAFI*
- Renforcer ses entretiens de vente : Traitement des objections
- Nombreuses mises en situation

L'approche Inbound Sales

- Privilégier l'approche permissive : Message, mail, appel et les usages efficaces
- Paramétrer et suivre son pipeline de vente
- Utiliser les outils du commercial 3.0

*SAFI : Situation, Avantage, Faibles, Impact



3. Les fondamentales - Parcours commercial 3.0

Faire collaborer ses équipes autour d'objectifs communs Inbound



Compétences visées

- Connaître la méthode Inbound
- Aligner les équipes en interne
- Faire évoluer sa méthode commerciale



Public concerné

- PDG, Commerciaux, Service E-business / marketing



Pré-requis

- Utiliser Internet



Moyens

- Un support de formation complet au format numérique
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert salarié de Winbound
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



Durée

- 1 Jour (7 heures)



Modalités d'évaluation

- Attestation de formation individuelle remise en fin de formation
- Activités et évaluations tout au long de la journée (quizz, travaux de groupe, etc) et à la fin de la formation



Tarif

- Nous consulter



Programme

Comprendre les nouveaux enjeux de la digitalisation et l'Inbound Marketing

- Le digital : nouveaux enjeux et usages
- Qu'est-ce que l'Inbound Marketing ?
- La méthodologie et ses bénéfices
- Les leviers et outils à mettre en place dans la méthodologie
- Établir un contrat d'engagement commun entre marketing et commerce

Préparer sa stratégie pour attirer les bonnes cibles

- Définir des objectifs communs entre les équipes
- Définir ses buyers personas et leurs parcours client
- Définir les mots-clés adaptés aux requêtes des personas
- Imaginer ensemble les contenus pertinents associés à chaque étape du parcours client (visiteur à client)
- Formaliser la ligne éditoriale et le calendrier
- Établir un process de co-rédaction et de mise à jour du/des persona(s)

Convertir l'audience en prospects identifiés

- Optimiser son site pour générer des contacts qualifiés : SEO, Ergonomie, Webanalyse
- Savoir utiliser le trio : CTA - Landing Page - Thank You Page

Conclure la vente différemment

- Qu'est-ce que le Lead Nurturing ?
- Le tunnel de conversion : Comprendre les synergies entre marketing et commerce en Inbound et le rôle de chacun
- Phase préparatoire : Lifecycle, Lead Scoring, propriétés...
- Mise en place : Lead Scoring, listes, Workflows
- Optimisation du Lead Nurturing : Les points « Smartmarketing »
- Découvrir une plateforme d'Inbound Marketing
- Impliquer les équipes commerciales avec l'Inbound Sales

Fidéliser ses clients

- Comment transformer ses clients en ambassadeurs ?



3. Les fondamentales - Parcours commercial 3.0

Professionaliser son approche téléphonique en BtoB



Compétences visées

- Créer les meilleures dispositions d'appels pour téléphoner de manière efficace et professionnelle
- Prendre plaisir dans son approche téléphonique
- Gagner en méthode pour franchir les barrières



Public concerné

- Commerciaux/ales de terrain ou Sédentaires



Pré-requis

- Être amené à prospecter, argumenter par téléphone



Moyens

- Un support de formation complet au format numérique
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert salarié de Winbound
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



Durée

- 1 Jour (7 heures)
- 2 Jours (14 heures, selon la taille du groupe)



Modalités d'évaluation

- Attestation de formation individuelle remise en fin de formation
- Activités et évaluations tout au long de la journée (quizz, travaux de groupe, etc) et à la fin de la formation



Tarif

- Nous consulter



Programme

Préparer son action / ses outils

- Définir sa raison d'être
- Travailler le pourquoi de sa mission
- Construire son argumentation par le CAP*
- Rédiger ses motifs d'appels
- Préparer son pitch et la trame d'appel
- Comprendre la situation de son interlocuteur
- Apprendre à capter l'attention au téléphone
- Franchir les barrières avec la méthode triple lame
- Traiter les objections en triple approche

Professionaliser ses appels

- Développer ses aptitudes personnelles au téléphone
- Assimiler sa communication non verbale
- S'entraîner : Mises en situation

Planifier pour faire durer l'action

- Se discipliner pour s'améliorer
- Organiser sa fréquence d'appels
- Relancer de façon adaptée

*CAP : Caractéristiques, Avantages, Preuves



3. Les fondamentales - Parcours commercial 3.0

Réussir son entretien de vente complexe



Compétences visées

- Maîtriser le questionnement, l'argumentation et le traitement des objections pour performer en entretien BtoB



Public concerné

- Commerciaux, Responsables commerciaux et Dirigeant(e)s désireux d'améliorer leurs taux de transformation en entretien



Pré-requis

- Être en environnement BtoB



Moyens

- Un support de formation complet au format numérique
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert salarié de Winbound
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



Durée

- 1 Jour (7 heures)
- 2 Jours (14 heures, selon la taille du groupe)



Modalités d'évaluation

- Attestation de formation individuelle remise en fin de formation
- Activités et évaluations tout au long de la journée (quizz, travaux de groupe, etc) et à la fin de la formation



Tarif

- Nous consulter



Programme

Dérouler son entretien de vente avec fluidité et écoute en poursuivant son objectif défini est primordial pour aboutir à la validation par son client. Dans cette formation, vous bénéficierez de techniques avérées pour questionner, argumenter et conclure vos ventes à forte valeur ajoutée.

Comprendre le sens de sa fonction vis-à-vis du client

- Quel est le sens de son métier ?
- Quels bénéfices pour ses clients ?
- Travailler le pourquoi de sa mission

Développer l'écoute active de son client pour mieux le satisfaire

- Préparer en amont son entretien en assurant la veille de l'actualité client
- Mener une découverte approfondie des besoins et des motivations de son interlocuteur avec la méthode SAFI*
- Questionner pour mieux comprendre
- Améliorer son écoute et gérer les silences
- Reformuler pour valider
- Mises en situation

Travailler ses Soft Skills : communication et savoir-être

- Comprendre et utiliser les communications : Verbale / non verbale / paraverbale
- Développer son sens de l'écoute

Argumenter et traiter les objections

- Construire son argumentation en fonction du profil client
- Argumenter de façon circonstanciée
- Traiter les objections par la triple approche : Questionnement, argumentation, CPO*
- Mises en situation

Négocier et conclure ses ventes

- Préparer sa négociation
- Assimiler les principales techniques de négociation
- Emmener son interlocuteur vers la vente par diverses approches circonstanciées
- Mises en situation

*CPO : Comment Pourrait-On

*SAFI : Situation, Avantage, Faibles, Impact



3. Les fondamentales - Parcours commercial 3.0

Comprendre les fondamentaux de l'Inbound Marketing pour les commerciaux



Compétences visées

- Connaître les méthodes Inbound Marketing
- Connaître les bonnes pratiques



Public concerné

- Responsables commerciaux, Commerciaux/ales, Dirigeant(e)s



Pré-requis

- Connaître les pratiques du marketing et être sensibilisé(e) au référencement naturel



Moyens

- Un support de formation complet au format numérique
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert salarié de Winbound
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



Durée

- 1 Jour (7 heures)



Modalités d'évaluation

- Attestation de formation individuelle remise en fin de formation
- Activités et évaluations tout au long de la journée (quizz, travaux de groupe, etc) et à la fin de la formation



Tarif

- Nous consulter



Programme

Le digital : Nouveaux comportements et usages

- Qu'est-ce que l'Inbound Marketing ?
- Connaître les méthodes Inbound Marketing
- Connaître les bonnes pratiques
- Faire évoluer sa méthode

Qu'est-ce que l'Inbound Marketing ?

- Découvrir la méthodologie et ses bénéfices
- Identifier les différences entre Outbound et Inbound Marketing
- Connaître les leviers et outils à mettre en place dans la méthodologie
- Connaître les étapes de mise en place de la méthodologie

Attirer

- Définir ses objectifs d'acquisition de leads
- Définir ses buyers personas
- Définir leur parcours client : Le buyer's journey
- Définir les mots-clés correspondant aux recherches des personas
- Créer les contenus pertinents associés et optimisés pour le référencement naturel
- Formaliser la ligne éditoriale et le calendrier

Convertir

- Optimiser son site pour générer des contacts qualifiés : SEO, Ergonomie, Webanalyse
- Savoir utiliser le trio : CTA - Landing Page - Thank You Page
- Connaître les étapes de déploiement d'une campagne Inbound Marketing
- Intégrer les nouveaux outils de conversion : Chatbot, posts sponsorisés, etc...

Conclure

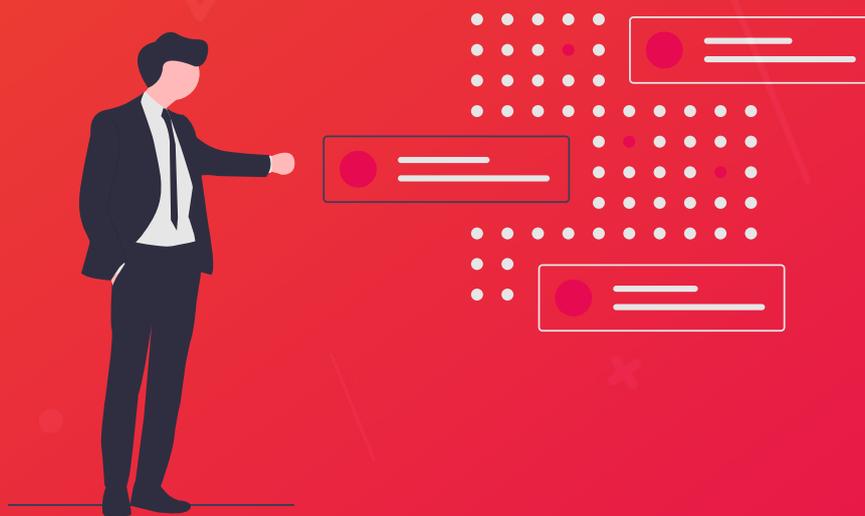
- Comprendre comment déployer votre stratégie de maturation des leads (nurturing)
- Découvrir une plateforme d'Inbound Marketing
- Le tunnel de conversion : Comprendre les synergies entre marketing et commerce en Inbound

Fidéliser

- Comment transformer ses clients en ambassadeurs
- Aller plus loin avec l'Inbound Sales



4. Les fondamentales - Parcours dirigeant 3.0





4. Les fondamentales - Parcours dirigeant 3.0

Dirigeant(e)s , la transformation digitale passe aussi par votre force de vente



Compétences visées

- Adapter sa force de vente à sa stratégie digitale
- Comprendre les nouveaux comportements d'achat des consommateurs
- Faire évoluer les pratiques de sa force de vente



Public concerné

- Dirigeant(e)s d'entreprises



Pré-requis

- Questionnaire préalable à la formation



Moyens

- Un support de formation complet au format numérique
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert salarié de Winbound
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



Durée

- À définir avec le client en fonction de la stratégie digitale mise en place, 7 heures minimum



Modalités d'évaluation

- Attestation de formation individuelle remise en fin de formation
- Activités et évaluations tout au long de la journée (quizz, travaux de groupe, etc) et à la fin de la formation



Tarif

- Nous consulter



Programme

Introduction

- L'importance de sa force de vente dans sa stratégie digitale
- Comprendre les nouveaux comportements d'achat
- Définitions et vocabulaire

Les 5 étapes clés du parcours d'achat

- Les nouveaux parcours d'achat
- Internet, le meilleur ami de votre force de vente

Les stratégies marketing pour capter les clients

- Marketing multicanal
- Marketing omnicanal

Faire évoluer les pratiques commerciales

- Les nouvelles attentes des consommateurs
- Ce que l'E-commerce a changé chez les clients
- Ce qu'ils aimeraient retrouver auprès de la force de vente

Les rôles et besoins de la force de vente à l'ère du digital

- Adapter le comportement commercial au canal utilisé par le client
- Comment piloter son activité commerciale ? Quels indicateurs suivre ?
- Mettre en place son plan d'actions et de communication



4. Les fondamentales - Parcours dirigeant 3.0

À l'ère du digital, le comportement commercial doit évoluer et s'adapter



Compétences visées

- Adapter sa force de vente au nouveau parcours client digital
- Comprendre les nouveaux comportements d'achat des consommateurs
- Faire évoluer le comportement en fonction du parcours client et du canal utilisé



Public concerné

- Forces de vente, Équipes commerciales, Commerciaux



Pré-requis

- Connaître les bases de la démarche commerciale
- Questionnaire préalable à la formation



Moyens

- Un support de formation complet au format numérique
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert salarié de Winbound
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



Durée

- À définir avec le client en fonction de la stratégie digitale mise en place, 7 heures minimum



Modalités d'évaluation

- Attestation de formation individuelle remise en fin de formation
- Activités et évaluations tout au long de la journée (quizz, travaux de groupe, etc) et à la fin de la formation



Tarif

- Nous consulter



Programme

Introduction

- Les changements de la fonction du commercial depuis le développement du E-commerce et des réseaux sociaux

Les nouveaux comportements d'achat

- Vocabulaire et définitions

Les étapes clés du parcours d'achat à l'ère du digital

- Le(s) parcours(s) d'achat
- Internet, un allié de plus pour votre business

Les 3 grands rôles du nouveau commercial

- Le/la commercial(e) « ambassadeur »
- Le/la commercial(e) « marketeur »
- Le/la commercial(e) « expert / conseil »

Repérer les attentes des clients en fonction de l'étape et du canal choisi

- Avant la vente, pendant la vente, après la vente
- Mettre en place une bonne gestion des leads

S'entraîner à vendre à différents types de clients

- Mises en situation et training de vente adaptés aux différents types de clients
- Les bons réflexes à adopter, les erreurs à éviter



4. Les fondamentales - Parcours dirigeant 3.0

Optimiser sa démarche commerciale



Compétences visées

- Préparer et structurer ses entretiens de vente
- Utiliser les techniques de vente
- Construire une argumentation personnalisée
- Préparer sa prochaine action de prospection personnalisée



Public concerné

- Dirigeant(e)s de start-up, Commerciaux



Pré-requis

- Être en situation de création de start-up
- Questionnaire préalable à la formation



Moyens

- Un support de formation complet au format numérique
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert salarié de Winbound
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



Durée

- 6 Jours (42 heures)



Modalités d'évaluation

- Attestation de formation individuelle remise en fin de formation
- Activités et évaluations tout au long de la journée (quizz, travaux de groupe, etc) et à la fin de la formation



Tarif

- Nous consulter



Programme

Repérer les étapes clés de la démarche commerciale

- Préparer son entretien de vente
- Rechercher toutes les informations utiles
- Préparer sa présentation et sa prise de contact

Se présenter, présenter son entreprise

- Les règles d'une bonne prise de contact
- Découvrir les besoins de son client
- Maîtriser les techniques d'investigation
- Créer son guide de découverte

Savoir présenter son offre

- Reformuler la problématique du client
- Présenter son offre comme la solution

Construire son argumentation

- Utiliser les techniques de démonstration (CAP*)
- Passer de l'avantage produit au bénéfice client

Construire ses réponses aux objections

- Lister les objections possibles
- Construire son plan de réponses possibles

Savoir vendre le prix et conclure la vente

- Traduire le prix en avantages et bénéfices
- Déceler les signaux d'achat
- Prendre en main la phase de conclusion

Construire son plan de prospection

- Placer la prospection dans son action commerciale
- Savoir gérer les pistes de prospection
- Construire et utiliser les outils et TBB* de gestion des pistes
- Adopter un rythme pour les relances de prospection

Fidéliser le client

- Gérer son temps et ses priorités

*CAP : Caractéristiques, Avantages, Preuves

*TBB : Tableau de Bord



4. Les fondamentales - Parcours dirigeant 3.0

Gérer sa force de vente avec de nouvelles méthodes de management commercial



Compétences visées

- Adapter son management commercial aux nouveaux profils de commerciaux et aux nouveaux comportements des acheteurs dans un univers digital



Public concerné

- Managers et Directeurs commerciaux



Pré-requis

- Posséder un compte HubSpot Sales



Moyens

- Un support de formation complet au format numérique
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert certifié DISC WPMOT salarié de Winbound
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



Durée

- 2 Jours (14 heures)



Modalités d'évaluation

- Attestation de formation individuelle remise en fin de formation
- Activités et évaluations tout au long de la journée (quizz, travaux de groupe, etc) et à la fin de la formation



Tarif

- Nous consulter



Programme

JOUR 1 : État des lieux

Nouveaux profils

- Génération X et Y
- Comprendre le profil des collaborateurs
- Adapter l'accompagnement aux besoins de chacun

Nouveaux acheteurs

- Évolution du comportement d'achat
- Persona

8 missions du manager commercial pour accélérer les ventes

JOUR 2 : Animer et piloter les commerciaux 3.0

Moderniser sa stratégie commerciale

- Nouvelles pratiques (rendez-vous agenda, historisation, scoring, informations prospects)
- Sélectionner les bons contenus des e-mails & des supports à partager au client (contenus, copywriting...)
- Diffuser les contenus sur des supports (Marketing Automation – séquence CRM – Sales Navigator)
- Pipeline de vente (CRM)
- Social Selling

Piloter à partir de tableaux de bord avec les bons KPI

- Définition des objectifs
- Construction des tableaux de bord

Contourner les préjugés à la modernisation des forces de vente

*KPI : Indicateurs Clés de Performance

CONDITIONS GÉNÉRALES

Les présentes conditions générales de services (ci-après « Les Conditions Générales ») engagent la société WINBOUND, SAS au capital de 210.000 euros, immatriculée au Registre du commerce et des sociétés de RENNES sous le numéro Rennes B 622 627 766, ayant son siège social 801 Avenue des Champs Blancs - Digital Park 35510 CESSON SEVIGNE et le Client.

Article I. Définitions

- « **Abonnement** » : service souscrit pour une période déterminée qui peut être mensuelle, trimestrielle ou annuelle moyennant le versement d'un prix forfaitaire et global ;
- « **Cahier des charges** » : document rédigé généralement par le Client ou le cas échéant par WINBOUND présentant le projet, les réponses souhaitées, les contraintes de tout type, les prestations attendues, les étapes de travail et le mode d'interaction entre le client et les différents prestataires intervenant sur le projet, la description fonctionnelle de la partie visible (front-office) du site internet à mettre en place et les solutions techniques proposées ;
- « **Chef de projet** » : interlocuteur nommé par chaque Partie pour assurer le suivi et l'exécution des Prestations ;
- « **Client** » : personne physique ou morale qui commande à WINBOUND les Prestations régies par les Conditions générales ;
- « **Composants Libres** » : logiciels, librairies ou développements libres ou « open source » utilisés par WINBOUND ;
- « **Convention de Formation** » : Devis spécifique aux Prestations de Formation mentionnant notamment le type de formation choisie, sa forme, son thème, son prix, sa durée et les lieux où elle est dispensée ;
- « **Création Graphique** » : toute création (personas, maquette, infographie, charte graphique, etc.) spécifiquement réalisée par WINBOUND au titre du Contrat et tel que désignée au sein du Bon de Commande dans le cadre de la réalisation de Prestations ;
- « **Développements spécifiques** » : ensemble de programmes développés spécifiquement par WINBOUND au titre du Contrat ;
- « **Devis** » : acte décrivant le périmètre des Prestations proposées par WINBOUND et par lequel, en le signant, le Client commande une ou des Prestations proposées par WINBOUND ;
- « **Données** » : éléments d'informations appartenant au Client et communiqués à WINBOUND dans le cadre des Prestations ;
- « **Formations** » : prestations d'enseignement réalisées par WINBOUND dans le domaine du webmarketing, du digital, etc. ;
- « **Livrable** » : tout produit, élément ou information fourni par WINBOUND pour le Client dans le cadre de ou en lien avec l'exécution des Prestations, notamment sans que cette liste soit limitative, les fonctionnalités, textes, articles, contenus, sons, images, photos, vidéos, éléments graphiques ou maquettes ;
- « **Partie(s)** » : il s'agit du Client et/ou de WINBOUND ;
- « **Persona** » : Personnage imaginaire représentant un groupe ou segment cible dans le cadre du développement d'un nouveau produit ou service ou d'une activité marketing prise dans sa globalité.
- « **Prestations ou « Services »** » : ensemble des prestations réalisées par WINBOUND pour le Client et décrites au sein des Conditions générales ;
- « **Réseau de diffusion** » : outils tels que Google Ads, Bing, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn etc. permettant de diffuser du contenu publicitaire via différents médias (sites internet, vidéos, applications, etc.) et sur tous types de support (ordinateur, smartphone, tablette...).
- « **Site** » : site internet ou application mobile du Client ;
- « **Stagiaire** » : personne physique membre du personnel du Client qui suivra la Formation commandée par ce dernier.

Article II. Objet

Les Conditions Générales ont pour objet de fixer les conditions et modalités dans lesquelles WINBOUND fournit au Client les Services suivants :

- Conseil et accompagnement en matière de stratégie digitale, marketing des données, référencement naturel, webmarketing, utilisation des réseaux sociaux,
- Construction de personas, parcours d'achat, de stratégie éditoriale,
- Création de site internet & hébergement,
- Paramétrage, gestion et animation de plateformes de marketing automation (outils permettant l'automatisation d'actions dédiées à l'optimisation du marketing),
- Collecte et analyse de données,
- Déploiement de script de tracking sur le site du client par le biais de solutions de Tag Management System ou de webanalyse,
- Rédaction de cahier des charges,
- Réalisation de contenus,
- Référencement de sites internet,
- Création de liens (Netlinking),
- Optimisation ergonomique et création graphique de Sites,
- Veille stratégique en ligne,
- Création et hébergement de landing page ou page web,
- Gestion et animation de communautés et comptes sociaux, de jeux concours,
- Envoi de contenus publicitaires par email ou SMS,
- Réalisation de toute étude de veille concurrentielle (type benchmark)
- Social selling

Les Conditions Générales contiennent les clauses applicables à toutes les prestations de WINBOUND et des clauses applicables plus spécifiquement aux prestations de référencement, de création.

Article III. Acceptation et modifications

Les Conditions Générales entrent en vigueur au jour de la validation par WINBOUND du Devis signé par le Client. Les Conditions Générales s'appliquent à tous les Clients. Les services proposés dans le contrat sont susceptibles d'être modifiés ou révisés à tout moment. Seule la version en vigueur du Contrat au jour de l'utilisation des Services aura valeur juridique entre WINBOUND et le Client. Les CGV sont disponibles sur demande à l'adresse : contact@winbound.fr. Le fait de continuer à bénéficier des

Services fait présumer l'acceptation du Contrat modifié.

Article IV. Collaboration des Parties

Les Parties conviennent de collaborer étroitement, activement et régulièrement pendant toute la durée du Contrat, notamment en se communiquant toute information susceptible d'avoir un impact sur la bonne réalisation du Contrat.

Chacune des Parties s'engage à désigner, au sein de sa société, un Chef de projet qui sera l'interlocuteur privilégié de l'autre Partie pour les besoins de la mise en œuvre et de l'exécution du présent Contrat.

Chacune des Parties se réserve le droit de changer son contact sous réserve d'en avertir l'autre Partie.

Les Parties conviennent notamment d'échanger par téléphone ou physiquement en comité (Chef de projet de chaque Partie) chaque fois que la situation l'imposera et notamment en cas de difficultés rencontrées dans la réalisation des Prestations.

WINBOUND ne peut être tenu responsable d'un planning non respecté ou d'un décalage de ce planning, ou d'une non-livraison si le client ou une tierce personne ne répond pas ou tardivement.

Article V. Description des Services

V-1. Webmarketing

En fonction des choix de Prestations envisagés par le Client et formalisés au sein du Devis, WINBOUND assure pour le Client une Prestation de conseil et d'accompagnement à la réalisation de son projet digital et plus spécifiquement un Service de webmarketing consistant notamment dans :

- l'analyse des différents indicateurs clés de performance (KPI),
- l'étude des indicateurs clés d'acquisition de trafic afin d'être force de proposition pour la mise en place d'actions marketing,
- l'analyse de leur rentabilité.

Ces études passent par la mise en œuvre de plusieurs actions et missions ciblées décrites dans le Devis. Le Client est conscient de la nature évolutive des Prestations de référencement, et des facteurs influençant ces préconisations. Par conséquent, le Client est conscient que WINBOUND ne peut pas garantir un positionnement dans le ou les moteurs de recherche choisis, par exemple en raison du temps de chargement du site, de l'intensité concurrentielle sur le marché du Client (qui peut varier en quelques semaines), ou des changements de politique d'affichage des Réseaux de diffusion, ou si le Client intervient lui-même sur les Prestations.

Le Client peut, en fonction des termes du Devis, disposer de Prestations de référencement naturel, de référencement payant, de newsletter et d'emailing, de publicités payantes, d'animation de réseaux sociaux, rédaction de contenu, marquage Analytics et d'optimisation de l'ergonomie de Site, ou toute autre Prestation qui s'y rattache. Ces Prestations sont définies dans les articles consacrés à ces prestations.

V-2. Créations graphiques & de sites internet

WINBOUND propose des Prestations de création de site internet, de blog, zoning, maquettes fonctionnelles et graphiques, création et hébergement de site internet, de landing pages, de visuels, de kits bannières et kits mails, selon les modalités définies dans les articles consacrés à ces prestations.

V-3. Plate-forme de marketing automation

Le Client peut s'abonner en direct ou confier le soin à WINBOUND de s'abonner pour son compte à une plateforme de marketing automation. Le Client donnera accès dans tous les cas à WINBOUND pour lui permettre de réaliser ses Prestations, notamment pour gérer et animation les campagnes et les reportings marketing.

WINBOUND ne pourra être responsable des dysfonctionnements constatés sur la plateforme de marketing automation, causés par le non-paiement des abonnements par le Client, ou toute autre raison.

V-4. Formation

En fonction des choix du Client formalisés au sein du Devis, WINBOUND fournit au Client ou aux personnes désignées par celui-ci une formation professionnelle sur des expertises, sectorielles ou entièrement sur mesure. Les formations proposées par WINBOUND sont définies dans son Catalogue de formations accessible sur le site internet de WINBOUND.

Les formations peuvent être réalisées dans les locaux du Client ou de WINBOUND ou par le biais de webinaires selon les modalités définies dans les articles consacrés à ces prestations.

V-5. Livraison

La date de livraison proposée par WINBOUND est indicative, et dépendante du délai de réponse du Client (notamment pour sa validation) ou d'acteurs extérieurs (agences de communication, prestataires de développement informatique etc.). WINBOUND ne peut être tenu responsable du non-respect de cette date indicative.

Les Livrables restent la propriété de WINBOUND tant que le Client n'a pas intégralement payé le Prix. Les analyses statistiques réalisées dans le cadre des Prestations ne sont conservées par WINBOUND que durant une période de trois (3) mois maximum. Au-delà de ce délai, WINBOUND pourra soit les détruire soit les restituer au Client.

Article VI. Prix

Les Prestations sont réalisées en contrepartie du paiement du prix figurant sur le Devis.

Le Prix s'entend en euros et hors taxes. Les taxes afférentes sont celles en vigueur au jour de la commande. Le Client est conscient que le coût des achats réalisés par WINBOUND dans le cadre de la Prestation de référencement payant ou autres achats d'espaces, en qualité d'intermédiaire, varie quotidiennement et qu'il ne peut être déterminé, préalablement à la réalisation des Prestations. WINBOUND fournira régulièrement au Client un document récapitulatif des dépenses engagées au titre de ces achats ainsi que les justificatifs de paiement correspondant.

Selon les Prestations commandées, le Prix peut prendre la forme :

- d'un Abonnement annuel avec tacite reconduction ;
- d'un forfait ;
- d'une facturation au temps passé ;

- d'une rémunération variable indexée sur les achats et/ou résultats obtenus ;
- ou d'un paiement à un opérateur publicitaire (type Google ou Bing) pour le compte et sous mandat du Client.

WINBOUND se réserve le droit de modifier les tarifs en vigueur sous réserve d'en informer le client en respectant un préavis de trente (30) jours. A défaut d'opposition du Client durant ce délai, le nouveau tarif est irrévocablement réputé accepté.

A défaut d'accord des Parties sur le Prix, le Contrat sera résilié de plein droit par lettre recommandée avec avis de réception adressée par la Partie la plus diligente. Cette résiliation n'ouvre pas droit à indemnité.

Article VII. Paiement

Les paiements se font par autorisation de prélèvement, à 30 jours de la date d'émission de facture. Pendant ce délai de 30 jours, le Client pourra contester le montant de la facture en attente.

Le paiement devra s'effectuer d'avance, à réception de la facture, pour les entreprises suivantes :

- celles créées depuis moins de 12 mois ;
- celles immatriculées ou ayant leur siège social à l'étranger ;
- celles en procédure collective ;
- celles n'ayant pas respecté, lors d'une précédente commande, les conditions de règlement.

WINBOUND se réserve la possibilité de solliciter un acompte payable selon les moyens de paiement acceptés en vertu du présent article. En cas de paiement par chèque, il sera adressé sous huit (8) jours à compter de la date d'émission de la facture d'acompte.

Le solde des factures sera réglé par le Client dans un délai de trente (30) jours de la date de facture.

- En cas de retard dans le règlement des factures, le Client s'engage à verser :
- sur toutes sommes dues et sans mise en demeure préalable une pénalité égale à trois (3) fois le taux de l'intérêt légal publié à compter du premier jour de retard à partir de la date d'échéance des factures. Un montant forfaitaire de vingt-cinq (25) euros sera facturé en plus au client pour frais administratifs quelque soit le motif imputable au client
- une indemnité forfaitaire de quarante (40) euros conformément aux articles L 441-6 et D 441-5 du Code de commerce.

Si la facture est conforme au devis signé et que le client demande à en modifier le libellé, quel que soit le motif, la modification sera facturée 50 € HT.

Si le client demande à répartir sa facturation sur plusieurs personnes morales, des frais de facturation et recouvrement seront appliqués à hauteur de 50 € HT par facture supplémentaire. Le montant minimum d'honoraires facturés sera de 250 € HT par mois (hors achats).

Article VIII. Propriété intellectuelle de WINBOUND

Le signe «MYCHEFCOM» est déposé à titre de marque et appartient à WINBOUND.

Le nom de domaine <https://www.mychefcom.com> est protégé. Ces éléments ne peuvent être utilisés sans l'autorisation expresse de WINBOUND.

Une fois que le Client a payé l'intégralité du Prix à WINBOUND, WINBOUND concède au Client, à titre non exclusif, le droit d'utiliser les Livrables à son seul profit, pour le monde entier et pour toute la durée de protection conférée par le droit d'auteur.

Le Client s'interdit de transmettre, communiquer à un tiers, publier et/ou reproduire, à quelque titre que ce soit, tout ou partie du Livrable et/ou d'œuvres dérivées.

Article IX. Propriété intellectuelle du Client

Les contenus et Données remis par le Client pour la réalisation du Livrable et/ou l'exécution des Prestations demeurent la pleine et entière propriété du Client. A ce titre, le Contrat ne fait naître aucun droit, notamment de propriété intellectuelle, au profit de WINBOUND. Le Client autorise WINBOUND à utiliser lesdits contenus et Données dans le cadre de l'exécution de la Prestation. Le Client garantit WINBOUND contre toute action en contrefaçon d'un tiers sur ces contenus et Données. Les tarifs mentionnés sur le Devis ne tiennent pas compte des droits d'images ou d'acteurs pour la réalisation. Le montant correspondant à ces droits sera facturé en plus du montant du Devis.

Article X. Durée et résiliation

Le Contrat prend effet à la date d'acceptation des Conditions Générales et à la signature du Devis (la « Date d'entrée en vigueur »).

Le Contrat est conclu pour une durée initiale déterminée et mentionnée sur le Devis.

Le Contrat est tacitement reconduit dans les mêmes termes, sauf dénonciation du Contrat par l'une des Parties par lettre recommandée avec accusé de réception deux (2) mois avant l'échéance du terme.

Si plusieurs Contrats sont conclus entre WINBOUND et le Client, tous les Contrats se termineront simultanément à l'échéance du plus lointain des Contrats.

En cas de manquement par l'une ou l'autre des Parties à l'une quelconque des obligations mises à sa charge par le présent Contrat, l'autre Partie pourra la mettre en demeure par lettre recommandée avec avis de réception de réparer ce manquement dans un délai maximum de quinze (15) jours calendaires.

Dans le cas où le Client manquerait à son obligation de payer le prix, WINBOUND pourra également suspendre l'exécution de ses Prestations. La reprise des Prestations suspendues est subordonnée au règlement intégral des factures impayées par le Client.

Si, à l'issue de ce délai, le manquement n'a pas été réparé, la Partie victime pourra résilier de plein droit, par lettre recommandée avec avis de réception, le Contrat, le tout sans préjudice de tous les dommages et intérêts auxquels elle pourrait prétendre.

WINBOUND restituera l'ensemble des accès aux différents contenus (Google Ads, Analytics, Bing, Facebook etc.) exclusivement après le règlement de l'ensemble des factures en cours afin de solder l'intégralité du compte client.

Dans le cas où le client stopperait la prestation commandée avant l'échéance prévue, le client sera redevable de la totalité des honoraires prévus au devis

Article XI. Obligations et responsabilité du Client

Le Client déclare disposer du pouvoir, de l'autorité et de la capacité nécessaires à la conclusion et à l'exécution du Contrat.

Le Client déclare avoir vérifié l'adéquation des Services à ses besoins et avoir reçu de la part de WINBOUND tous les conseils et informations nécessaires pour y souscrire en connaissance de cause.

Le Client s'engage lors de la signature du Contrat à donner des informations véridiques, correctes et complètes. En cas de changement de ces informations, le Client s'engage à en informer WINBOUND sous quarante-huit (48) heures.

Le Client s'engage à respecter les lois et règlements en vigueur applicables aux Services qu'il achète, accepter expressément les obligations légales qui en découlent et faire son affaire personnelle des réclamations et/ou procédures de toute nature qui seraient formées contre WINBOUND et qui seraient liées aux obligations du Client au titre du Contrat.

Le Client s'engage à exprimer clairement et de manière exhaustive ses besoins et à transmettre à WINBOUND toutes les informations de nature à permettre à WINBOUND de comprendre les objectifs du Client.

Le Client doit également procéder aux vérifications et validations requises dans les délais prévus.

Le Client s'engage à réceptionner les Livrables fournis par WINBOUND, et à collaborer activement notamment en répondant rapidement aux questions de WINBOUND permettant de réaliser ses prestations.

Les procédures de recette des Livrables conçus dans le cadre des Prestations création graphique sont exposées dans les articles consacrés à ces prestations.

Le Client s'engage à détenir les droits, notamment de propriété intellectuelle, sur les Données, éléments et contenus qu'il pourrait fournir à WINBOUND au titre de l'exécution du Contrat.

Le Client s'engage à faire son affaire personnelle de toute réclamation formulée à l'encontre de WINBOUND et qui se rattacherait aux éléments et contenus remis ou validés par le Client au titre du Contrat.

En cas de manquement du Client à ses obligations au titre du Contrat, WINBOUND pourra de plein droit et sans préavis, interrompre les Services et mettre fin au Contrat sans pour autant renoncer aux dommages et intérêts auxquels WINBOUND pourrait prétendre, ni procéder à aucun remboursement des sommes perçues dans le cadre du Contrat, ces sommes lui restant définitivement acquises. Le Client garantit WINBOUND contre toute action en responsabilité, réclamations et litiges qui pourraient résulter de tout manquement au Contrat, qu'elles soient imputables au Client ou à l'utilisation des Réseaux de diffusion pour son compte et à intervenir dans tous procès qui seraient engagés à l'encontre de WINBOUND, de ce chef. Le Client s'engage à ne pas solliciter, embaucher, engager ou autrement à acheter des prestations, directement ou indirectement, d'aucun salarié de WINBOUND. Cet engagement vaut pendant la durée du Contrat et pour une période de douze (12) mois suivant sa fin. Si le Client ne respecte pas cette obligation, il devra immédiatement verser à WINBOUND une somme équivalente à un (1) an de rémunération brute du salarié concerné, à titre de pénalité.

Le Client s'engage à apporter toute diligence pour l'exécution des présentes Conditions Générales et à faire ses meilleurs efforts afin de fournir des Services de qualité conformément aux usages de la profession. A ce titre et pour l'ensemble des obligations à sa charge, WINBOUND est tenue d'une obligation de moyens.

Dans le cadre de ses Prestations, WINBOUND fixera avec le Client des objectifs de performance à titre informatif, qui seront calculés de bonne foi avec les éléments fournis et mis à disposition de WINBOUND par le Client ou les prestataires extérieurs (moteurs de recherche notamment). WINBOUND se réserve le droit de sous-traiter tout ou partie des Services et restera responsable à l'égard du Client de la bonne exécution des Services. WINBOUND s'engage à conseiller le Client pour répondre au mieux à ses besoins. Le Devis mentionne ce qui est inclus dans les Prestations fournies par le Client.

Si les Prestations décrites dans le Devis ne couvrent pas les besoins du Client, WINBOUND peut proposer un Devis sur mesure qui fera l'objet d'un budget et d'un devis spécifique. Si les besoins du Client évoluent pendant la réalisation des Prestations, le Client devra le signaler à WINBOUND qui transmettra au Client un nouveau devis. Si ce nouveau devis est refusé par le Client, WINBOUND se contentera de réaliser les Prestations telles qu'initialement convenues. La responsabilité de WINBOUND ne pourra pas être engagée si l'exécution d'un ou plusieurs Service(s) est empêchée ou retardée du fait :

- du Client, notamment en cas de faute, négligence, omission ou non-respect de ses obligations au titre du Contrat ;
- d'un fournisseur de WINBOUND, notamment en cas de faute, négligence ou défaillance ;
- d'une demande émanant d'une autorité fiscale, judiciaire ou administrative compétente ;
- d'une notification au sens de l'article 6 de la Loi pour la Confiance dans l'Economie Numérique.

Il est expressément convenu que WINBOUND sera déchargée de toute responsabilité à raison des retards ou défauts d'exécution des obligations contractuelles qui lui incombent et qui seraient la conséquence de faits relevant de la force majeure telle que définie par les tribunaux français, notamment en cas de coupure d'accès internet ou d'impossibilité d'accès aux outils en ligne utilisés par WINBOUND.

La Partie estimant qu'un événement de force majeure est constitué doit immédiatement avertir par écrit l'autre Partie de ces circonstances ainsi que du moment où elle estime que l'événement pourrait prendre fin. En tout état de cause, la responsabilité de WINBOUND ne peut être engagée pour les dommages indirects et/ou immatériels, prévisibles ou imprévisibles (incluant la perte de profits) découlant de la fourniture des Services, notamment la mise en œuvre des algorithmes Google aboutissant à l'usage de la dénomination sociale ou la marque d'un concurrent.

La responsabilité de WINBOUND à l'égard du Client ne pourra en aucun cas entraîner le paiement de dommages-intérêts au-delà d'un montant égal au prix total payable par le Client au titre des Conditions Générales.

Toute réclamation du Client quant à l'exécution de la Prestation devra être formulée par écrit dans les trois mois de l'exécution de la Prestation critiquée. Il appartient au

Ne restez pas seul(e)

Pour plus d'informations sur la mise en place d'une formation commerciale notre agence est à votre disposition pour vous répondre en un temps record

Contactez-nous

02 44 10 16 76



Winbound Sales

Former, digitaliser & accompagner les commerciaux !

Winbound Sales est la marque du centre de formations commerciales 3.0 de l'agence www.winbound.fr

M V GROUP | yumens **3M** **Winbound.** **KPI** avancé **tribu** **GRAPHI SWEET** **301**

BORDEAUX – LILLE – LYON – MARSEILLE – NANTES – NICE – PARIS – RENNES – STRASBOURG – TOULOUSE – TOURS