



La chasse aux trésors : Comment développer de nouveaux clients... rapidement auprès de clients directs et d'agences -10^e édition

Le seul atelier conçu expressément pour les représentants des ventes publicitaires

Témoignages

(Ce que les participants ont particulièrement apprécié et trouvé utile de l'atelier)

« Formateur unique en son genre, Michel nous offre plus que de simples techniques [...] Rebelle dans l'âme, il nous communique mille et un trucs plus inusités les uns que les autres pour atteindre nos objectifs. Préparez-vous à sortir de votre zone de confort car sa vision créative n'a rien de conventionnelle ! »
— Stéphane Laurin, eau³

« Merci encore, Michel ! Ta formation est une bénédiction. Je te recommande. »
— Martin Desnoyers, Services linguistiques 9

« [...] il a su me donner envi de me dépasser à chaque instant. Il a des exemples concrets et c'est ce qui ajoute à l'efficacité de la formation. Bref, je recommande Michel Huet pour tous ceux qui désire découvrir la clé de la réussite [...] »
— Roxann Dagenais, Astral Media

Objectifs

Vous permettre

- ▶ d'atteindre votre prochain niveau en vente
- ▶ d'améliorer concrètement vos habiletés en développement des affaires
- ▶ de développer une nouvelle clientèle
- ▶ d'augmenter vos ventes
- ▶ de fidéliser votre clientèle actuelle
- ▶ de dépasser et déloger la concurrence par des méthodes stratégiques, créatives, dynamiques, inusitées et éprouvées.

Participants visés

- ▶ Représentant des ventes publicitaires désirant amener ses habiletés en vente à leur prochain niveau.
- ▶ Directeur des ventes désirant obtenir un plan d'action inusité et efficace en développement des affaires.

Contexte

Il est de plus en plus difficile de vendre aujourd'hui. Le monde de la publicité a changé et les méthodes de vente devraient suivre cette évolution.

Aspects différentiels

- ▶ Les trucs et les secrets du métier.
- ▶ Des techniques qui ne sont pas dans les livres.

« Grande variété de moyens pour rejoindre une nouvelle clientèle. »
— Mario Dionne,
Cogeco

« J'ai vraiment apprécié ton atelier ! En plus d'avoir réussi à vendre nos services à tous les prospects que j'ai rencontrés depuis l'atelier, je réussis à faire passer mes idées plus facilement en utilisant tes techniques. »
— Jean-François Couture,
Ose Multimédia

« Les exemples concrets de la vente. Les trucs nous poussent à dépasser les limites personnelles et à prendre de l'initiative. »
— Véronique Berthiaume,
Buzz Communications

« [...] le dynamisme de la présentation, l'atmosphère conviviale, le côté pratique, appliqué et éprouvé des trucs de vente. Très accessible ! Merci infiniment. Ton cours est branché sur les besoins réels et est hautement motivant. Bravo ! »
— Annie Poissant,
CHOM FM

« Contrairement à la majorité des formations en vente, Michel ne montre pas seulement comment vendre, mais plutôt comment SE VENDRE. La confiance en soi, comment se différencier et utiliser le plein potentiel de notre VALEUR UNIQUE sont à la base de ses formations [...] Dans un monde de haute compétition, ses stratégies « punchées », ses tactiques pratiques, son vocabulaire imagé & sa méthode Importemps®, nous donne tous les outils pour atteindre de prochains sommets [...] »
— Dave Cameron,
Cineplex Média

Méthode

La majorité des formations en vente ne sont que du pareil au même.

De plus, la plupart d'entre elles peuvent vous amener jusqu'à un certain niveau, mais pas nécessairement à **vos** prochain niveau.

Maintenant, il est temps de l'atteindre grâce à la « vente prochain niveau (VPN) ». Michel Huet a créé cette méthode qu'il a pris 34 ans à perfectionner. Elle fait complètement contraste avec les autres, car elle repose sur des stratégies et tactiques déroutantes et avant-gardistes de la vente, orientées vers les résultats immédiats.

Les techniques de Michel ont toutes été essayées sur le terrain, dans la vraie vie.

Contenu

MODULE 1 : PRÉPARATION *(Il faut s'arrêter pour avancer.)*

Préparez-vous à réussir et non à échouer. La vraie réussite dans le développement des affaires, c'est : 90 % préparation et 10 % exécution.

- Êtes-vous A1 ? Passez le test
- Aptitude versus attitude
- L'ouverture de l'esprit n'est pas une fracture du crâne
- L'importance de votre « énergie »
- Votre mission : répondez aux questions les plus difficiles
- Vos valeurs uniques
- LA meilleure raison pourquoi les agences / clients choisissent un produit média
- Faites votre FFOM
- Maintenant, créez votre TDS
- Les deux clés d'un super développeur
- Comment gagner du temps + comment être super productif + comment être moins stressé

« [...] les différents trucs proposés pour aider à développer de la clientèle, bravo ! »
— Laurent Cournoyer,
Page Cournoyer

« [...] la capacité de visualiser l'ensemble des actions devant être impliquées dans un bon processus de développement m'aura permis de faire un réel plan de match de prospection et d'être beaucoup plus *focus* lors de la vente [...] Je pourrais aussi rajouter que ta grande connaissance des relations humaines sert beaucoup. »
— Roger Tremblay,
TGV publicité design

« Cette conférence, tout en étant conviviale, est une source de petits "trucs" qui font la différence ! Vu sous cet angle, le développement des affaires devient carrément amusant. »
— Cécile Masson,
ML5 Communications

« [...] la stratégie du *Dreammarketing*, le langage du corps, le formulaire pour faire la recherche sur le plan de communication du client. Ambiance géniale [...] On joue à yeux ouverts. Merci ! »
— Pierre Fauteux,
Bertuch l'agence graphique

« [...] l'approche des clients potentiels, les trucs marketing. »
— Manon Joly,
Magazine *L'agent de voyages*

« [...] l'approche visuelle et distinctive qui incite le prospect à nous appeler plutôt que l'inverse. »
— Claude Dutil,
Défi Communication Marketing

MODULE 2 : PROSPECTION

(*Seul l'inattendu est beau et mérite d'être reçu.*)

Comment obtenir des rendez-vous avec des clients que vous désirez tant (des stratégies qui font en sorte que les clients potentiels ont *hâte* de vous rencontrer).

- Le meilleur moment pour faire de la prospection
- L'art et la science de choisir vos prospect\$ (et comment se débarrasser de vos clients qui sont minables)
- Comment fait-on pour conquérir le client ?
- Une méthode insolite (mais si efficace) sur l'utilisation de vos cartes d'affaires qui générera des affaires inattendues !
- Les nouvelles technologies en prospection : cinq façons d'en tirer avantage
- Comment attirer les clients potentiels vers vous
- Le *Dreammarketing*[®], une des meilleures stratégies pour obtenir des rendez-vous avec qui vous voulez !
- Comment utiliser la créativité pour décrocher des rendez-vous (le *Dreammarketing Jr.*[®])
- Le *Minidream*[®], une stratégie éprouvée et rapide pour obtenir un rendez-vous
- Les deux meilleures stratégies pour ouvrir des portes qui ne s'ouvrent pas
- Comment utiliser le téléphone pour que ça soit « téléfun »
- Le blitz du VENDREdi
- Cinq façons de faire partie des ligues majeures
- Vos clients existants sont vos meilleurs clients potentiels
- Comment fidéliser votre clientèle (faites attention, elle se fait *cruiser* par tous vos concurrents)
- Comment décrocher plus de contrats de votre clientèle actuelle
- Trois façons de développer des ventes immédiatement
- Dix petites idées pour de gros résultats

« [...] les conseils et les stratégies. »

— Manon Lebrun,
eurêka média concept

« Ce que j'ai aimé ce sont les idées pour avoir un rendez-vous [...] vos moyens efficaces d'obtenir une réaction favorable d'un client potentiel. »

— Lucie Martineau,
Fashion Magazine

« [...] l'expérience et l'enthousiasme de ta présentation. »

— Richard Lachapelle,
Alstom-Télécity inc.

« La conférence est bien structurée. Tout tombe en place au fil du temps. On repart outillé, avec du contenu et des idées, prêt à foncer. "Bon sang ne saurait mentir" dit le proverbe. Michel Huet est de ceux qui transmettent leur savoir-faire en toute simplicité, mais efficacement. »

— Marie-Hélène Fréchette,
Fréchette Girard Communication

« Je ne vois plus la vente de la même manière [...] merci mille fois de m'avoir fait bénéficier de votre expertise, vous êtes un professionnel et un spécialiste sur toute la ligne. »

— Jean-Roch Savard,
Revue CAMAUTO Plus

« Michel nous donne la confiance d'atteindre de nouveaux sommets, il nous pousse sans cesse à viser toujours plus haut en nous montrant les sentiers que l'on ne connaissait pas. [...] »

— Jules Carrière,
BDNG | Jules Communications

MODULE 3 : PRÉSENTATION

(L'important n'est pas d'avoir un beau jeu, mais de bien jouer celui qu'on a.)

C'est une chose d'obtenir un rendez-vous, c'est une tout autre chose que de remporter le contrat ! Vous allez voir, cela n'a rien à voir avec vos compétences ni avec la qualité de votre produit média. Trucs et astuces pour bien dialoguer.

- Le meilleur jour et l'heure idéale pour fixer un rendez-vous
- Votre document d'intelligence
- Vous devez absolument faire le *WIIFM* avant de présenter
- Son cadeau
- Vos préoccupations
- Vos questions
- Vous vendez quoi au juste ?
- L'importance de votre tenue vestimentaire
- Comment projeter une confiance et une compétence
- Les meilleures stratégies pour prédisposer vos clients potentiels à vous dire « oui »
- Les 4 choses à faire avant de vous rendre à votre rendez-vous
- La vente en 10 secondes : comment rencontrer votre client potentiel (la meilleure façon de faire bonne impression et de mériter immédiatement sa confiance)
- Les trois questions pour « hypnotiser » le client potentiel afin qu'il ait envie de travailler avec vous
- Les meilleures stratégies à exécuter au milieu de votre rencontre
- Comment « lire » votre client potentiel – des stratégies pour profiter du langage non verbal
- Comment vraiment présenter (des trucs pour qu'il veuille « acheter » de vous)
- Utilisez la graphologie pour TOUT découvrir sur votre client potentiel et, de cette façon, être en mesure de le convaincre
- Votre client potentiel est-il un « Rends-moi célèbre » ou un « Rends-moi sûr » ?

« Michel est un top consultant en ce qui a trait à comment conclure une vente. Ses méthodes sont peu conventionnelles, éprouvées, et feront de vous un “closer”. Vous pourrez augmenter vos revenus en utilisant son coaching et ses idées hors normes. »
— Denis Desnoyers,
DDGRAFX

« [...] approche non conventionnelle qui fait la différence, qui se distingue du lot. »
— Aurélie Veilleux,
Le quotidien 24 heures

« [...] le “closing”, les exemples concrets. »
— Manon Bouchard,
Revue Constructo

« [...] J'ai énormément appris sur les techniques d'approche et surtout dans ta section persuasion. »
— Frédéric Proulx,
SPI Communication

« [...] la proximité du conférencier, la façon de présenter des cas, des recettes que je peux adapter dans mon travail de tous les jours. »
— Danielle Iza,
CNW Québec

« Des centaines de petits et de grands trucs concrets. »
— Gabriel Gagnon,
Productions Cime

« Nous développons, en effet, et mon équipe utilise maintenant les principes que tu nous as montrés, et les résultats sont en train d'apparaître ! »
— Steve Trinque,
Megavolt

MODULE 4 : PERSUASION

(N'importe quel idiot peut peindre un chef-d'œuvre ; il prend un génie pour le vendre. – Rembrandt)

Maintenant, le nerf de la guerre – vous devez absolument persuader votre client potentiel de travailler avec vous, de vous accorder un contrat, sinon tout est perdu (ou presque). Voici comment :

- L'ABC de la persuasion
- L'ultime arme de la persuasion
- Votre FFC
- Demandez et vous recevrez (si vous ne demandez pas, la réponse est toujours non)
- Votre client potentiel hésite, quoi faire?
- La formule à « 3 » pour répondre à toutes objections
- menteur
- Les meilleures façons de surmonter les objections
- Les meilleures façons de surmonter le « c'est trop cher »
- Comment conclure la vente (10 techniques inédites pour décrocher la vente - pour obtenir des résultats que vous n'avez jamais connus, osez faire ce que vous n'avez jamais fait)

MODULE 5 : PERSISTANCE

(Si tu es convaincu, tu es convaincant. Si tu n'es pas convaincu, tu n'es pas convaincant.)

Alors, cette fois vous n'avez pas pu sortir immédiatement avec un contrat, ne vous inquiétez pas, ça arrive, mais ce n'est qu'une question de temps – la vente ne fait que commencer... seulement si vous êtes convaincu...

- La clé d'or : ne lâchez pas, relancez plutôt !
- L'art de transformer vos contacts en contrats

« J'ai beaucoup aimé comment reconnaître le client et comment fermer la vente. »
— Susan Arbour,
CarBin inc.

« Le système de Michel Huet est rempli, bourré d'excellentes et de nouvelles idées pour *fermer*. Super, super bon. »
— Benoît R. Émond,
MMQ l'Outaouais

« J'aime l'idée du petit groupe, agréable pour les échanges. »
— Nadine Iza,
Radio-Canada

« J'ai beaucoup aimé l'originalité, la convivialité, la nature des idées innovatrices, l'interaction, les suggestions de stratégies, la motivation, la taille du groupe. »
— Lionel Serik,
Savoir-Faire International

« Tu vois, depuis le déjeuner-atelier, tes conseils m'ont tellement été bénéfiques que je travaille trop... »
— Vianney Tremblay,
Toxa Branding + Design

« [...] grâce à ta formation, j'ai remporté un contrat de 10 000 \$. Avant ta formation, je m'apprêtais à baisser mes culottes côté prix, par "peur" de le perdre [...] »
— Marc Rodrigue,
Protocole communications d'affaires

« Le professionnalisme et la simplicité d'un expert, l'ouverture d'esprit et tes grandes expertises. »
— Marc Éthier,
Actitude Plus

- Les meilleures façons de faire un suivi : comment faire et quand laisser faire !
- Comment garder un contact constant (sans être perçu comme achaland)
- Comment préparer une soumission, une offre de service
- Celui qui se perd dans sa passion est moins perdu que celui qui perd sa passion

Concept

Le concept est simple, mais puissant. Dans un environnement tout à fait décontracté, avec un maximum de 5 participant(e)s, le groupe découvre, dans une atmosphère détendue, accueillante, chaleureuse et propice à l'interactivité, les techniques inédites de développement de la clientèle et de vente de Michel Huet.

Formateur

Michel Huet est un formateur, coach et conseiller pour l'industrie des communications publicitaires. Il optimise, maximise, redynamise, stimule et propulse les équipes de ventes publicitaires à leur prochain niveau.

Michel est le seul formateur spécialisé en vente *tout terrain* et *hors sentiers battus*, pour le milieu publicitaire, c'est-à-dire qu'il est le premier à proposer des stratégies ayant toutes été essayées sur le terrain, dans la vraie vie ; des tactiques avec un caractère inhabituel et surprenant, qui engendrent un résultat souvent immédiat.

Formateur agréé par la Commission des partenaires du marché du travail (www.cpmpt.gouv.qc.ca), il a livré plus de 550 ateliers.

Michel est reconnu pour son franc-parler et sa philosophie de PRP (Productivité / Résultats / Profits).

Il vous dévoilera ses techniques afin que vous puissiez amener vos performances en vente à leur prochain niveau.

FORMATION

Formation : « La chasse aux trésors : Comment développer de nouveaux clients rapidement auprès de clients directs et d'agences -10 ^e édition » – en deux après-midi (13 h à 17 h)
Formation # 1 - Comment décrocher de GROS rendez-vous (modules préparation, prospection)
Formation # 2 - Comment décrocher de GROS contrats (modules présentation, persuasion, persistance)

DATES

Selon les disponibilités

LIEU

Sur la plateforme Zoom ou à l'hôtel

TARIFS (Zoom)

<u>De 1 à 3 participant(e)s</u>	<u>De 4 à 5 participant(e)s</u>	<u>Privé, sur mesure, 1 participant</u>
1 000 \$ + taxes par formation	1 500 \$ + taxes par formation	2 000 \$ + taxes par formation
1 500 \$ + taxes pour les deux formations	2 000 \$ + taxes pour les deux formations	2 500 \$ + taxes pour les deux formations

TARIF (Hôtel Château Bromont)

Une agence, jusqu'à 5 personnes, 3 000 \$ + taxes, ce qui comprend la conférence (de 09 h 00 à 17 h 00) et le dîner.
--

COMPRIS DANS LE TARIF (Zoom)

Trousse de bienvenue	Matériel didactique	Suivi
Recevez une superbe trousse de bienvenue comprenant un stylo, un carnet de notes et une tasse le tout personnalisé avec votre nom et celui de votre agence	Ouvrage de référence sur mesure couvrant les faits saillants de la formation	Michel Huet sera disponible pour toutes questions suivant la formation et ce, sur une période de trois mois

COMPRIS DANS LE TARIF (Hôtel)

Personnalisation	Trousse de bienvenue	Matériel didactique	Suivi
La formation sera personnalisée aux besoins particuliers des participant(e)s suite aux réponses reçues des documents préparatoires	Recevez une superbe trousse de bienvenue comprenant un stylo, un carnet de notes et une tasse le tout personnalisé avec votre nom et celui de votre agence	Ouvrage de référence sur mesure couvrant les faits saillants de la formation	Michel Huet sera disponible pour toutes questions suivant la formation et ce, sur une période de trois mois

PAIEMENT

Avant la formation	Suite à la formation	Méthode
Votre inscription sera complétée lorsque votre paiement (la moitié du montant total) sera reçu	Paiement final à la conclusion de la formation	Le paiement se fait soit par virement Interac ou par chèque

ATTESTATION

Les participant(e)s recevront une attestation de formation sur demande
--

4 RAISONS POURQUOI VOUS DEVEZ ASSISTER À CETTE FORMATION

1	2	3	4
Michel Huet est le seul formateur en développement des affaires spécialisé dans la vente <i>tout terrain et hors sentiers battus</i> pour le milieu des communications	37 ans de vécu, aucune théorie, que des stratégies essayées dans la vraie vie et qui ont fonctionnées	C'est comme une consultation « un à un », vous pouvez exposer des situations qui vous sont propres, et obtenir des réponses et solutions sur mesure, juste pour vous	Un seul nouveau client vous vaudra maintes fois le coût de la formation

INFO / RÉSERVATION



Michel Huet
Conseiller et formateur en développement des affaires et en vente
pour l'industrie des communications
36532-598, rue Victoria
Saint-Lambert, QC J4P 3S8

514-862-5964

C info@michelhuet.com

W www.TOPerformance.net

www.michelhuet.com

Cette formation se donne également en entreprise (sur mesure, selon vos besoins particuliers) et est aussi offerte en anglais. This training is also given at your company (tailor-made, according to your specific needs) and is also offered in English.

*** Document de travail préparatoire à compléter deux semaines avant la formation ***

1. VOUS

- 1a) Votre média :
- 1b) Votre nom :
- 1c) Votre poste :
- 1d) Vos défis actuels :
- 1e) Décrivez une journée typique au travail (assez détaillé SVP) :
- 1f) Quelles sont vos réalisations récentes en vente?
- 1g) Quelle est votre plus grande force?
- 1h) et votre plus grande faiblesse?
- 1i) Votre passe-temps préféré :
- 1j) Votre succès en vente est principalement dû à quoi?
- 1k) SVP, décrivez votre plus belle vente :
- 1l) et votre moins belle :
- 1m) Avez-vous déjà suivi des formations en vente? Si oui, lesquelles :

- 1n) Quel est votre niveau en vente? (débutant, intermédiaire, avancé, chevronné...):
- 1o) Pourquoi aimez-vous la vente?
- 1p) Sur une échelle de 1 à 5, 1 étant « laisse à désirer » et 5 étant « vraiment génial », s'il vous plaît, évaluez vos compétences :
- confiance en soi :
 - analyse des besoins :
 - présentation téléphonique :
 - présentation courriel :
 - présentation en personne :
 - traitement des objections :
 - *Closing* :
 - suivi/relance :
 - gestion du temps :

2. VOTRE MÉDIA

- 2a) Les forces :
- 2b) Les faiblesses :
- 2c) Qu'est-ce qui vous différencie réellement de vos concurrents? Quelles sont les distinctions?

3. VOS EFFORTS EN PROSPECTION DIRECTE - DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES

- 3a) Comment déterminez-vous les annonceurs que vous désirez solliciter?
- 3b) Quelle méthode/approche de prospection c'est avérée la plus efficace pour vous?
- 3c) et la moins efficace?

4. PRÉPARER LA PERFORMANCE

- 4a) Lister trois de vos concurrents majeurs par ordre d'importance :
- 4b) Leurs forces :
- 4c) Leurs faiblesses :
- 4d) Qui est un client idéal pour vous?

- 4e) Lister 5 clients de "rêve" que vous souhaitez obtenir :
- 4f) Énumérer 5 raisons pourquoi le client potentiel-éventuel devrait vous choisir et non un de vos concurrents :

5. Y A-T-IL AUTRE CHOSE QUE JE DEVRAIS SAVOIR?