

Marketing | Relation Client | Négociation | Vente

# ORGANISER SON ACTIVITE COMMERCIALE



## En résumé

Structurez et développez efficacement votre activité commerciale grâce à un plan d'action performant. Cette formation vous aide à analyser votre environnement, prioriser vos actions, suivre vos résultats et optimiser la performance commerciale individuelle et collective.

Une fois les objectifs de vente fixés, leur atteinte est liée à une gestion commerciale efficace. Outils de suivi, gestion de l'organisation et du temps, planification des temps de prospection, reporting, RDV clients ...en sont des éléments essentiels.

## À qui s'adresse la formation ?

### Public

Responsables, commerciaux, ingénieurs d'affaires, KAM Dirigeants d'entreprise et créateurs d'entreprise

### Prérequis

Cette session ne nécessite aucun prérequis particulier



## Objectifs

- Elaborer un planning d'activités commerciales
- Optimiser ses actions et ses démarches auprès des clients et mesurer l'efficacité des actions
- Rendre compte de ses résultats commerciaux



## Programme

### Analyser le fonctionnement de l'entreprise

- Son organisation et son environnement
- Exploiter la matrice SWOT: analyse interne de l'entreprise, forces et faiblesses

### Déterminer l'ensemble des éléments impactant l'activité commerciale

- Périmètre géographique d'intervention
- Prospection et/ou fidélisation
- Saisonnalité des activités clients
- Processus d'achats, logique budgétaire
- Challenges commerciaux internes à l'entreprise
- Priorités d'actions de l'entreprise suivant les cibles clients

### Définir les actions prioritaires du plan d'actions commerciales

- Détermination des critères de priorisation des actions
- Construction d'un planning d'activité

### Durée

2 jour(s) / 14 heure(s)

### Effectif

De 2 à 8 stagiaires

### Tarif

1210 € NET

### Code RNCP / RS

NA

### Référence

NA

- Rédaction des rapports d'activité en lien avec les objectifs collectifs du service commercial
- des indicateurs de résultats commerciaux
- Définition des fréquences de mesure
- Analyse des résultats et évolution dans le temps
- Mise en œuvre d'actions correctrices
- Tableaux de bord de performance commerciale: choix des indicateurs et définition des objectifs commerciaux
- Performance commerciale: collective et individuelle



## Méthodes pédagogiques

Nombreux exercices pratiques et cas de synthèse pour acquérir les bons réflexes.

- Alternance d'apports théoriques et d'applications pratiques.
- Pédagogie active : échanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises
- Support de formation remis aux participants.

## Suivi d'action

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.



## Intervenants

Cette formation est animée par un consultant professionnel formateur spécialisé dans les domaines de formation. Tous nos formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.



## Évaluation

Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur.

Elle permettra d'attester de l'acquisition des connaissances et développement des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.