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.

Durée
2 jour(s) / 14 heure(s)

Effectif
De 2 à 8 stagiaires

Tarif
1210 € NET

Code RNCP / RS
NA

Référence
NA

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

– 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.