

ORGANISER SON ACTIVITE COMMERCIALE



En résumé

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.



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

Optimiser la gestion de son activité commerciale

- Organisation rationnelle de ses déplacements clients/prospects
- Optimisation des opportunités de contacts

Rendre compte de son activité commerciale

- 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

Durée

2 jour(s) / 14 heure(s)

Effectif

De 2 à 8 stagiaires

Tarif

1210 € NET

Pour qui ?

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

Prérequis

Cette session ne nécessite aucun prérequis particulier

Code RNCP / RS

NA

Référence

NA

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.