



PROGRAMME DE FORMATION

En présentiel

À distance

2 jours

GÉRER SON ORGANISATION ET SON SECTEUR COMMERCIAL

OBJECTIFS DE FORMATION

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Maîtriser la gestion de son secteur et ses tournées commerciales
- Optimiser son organisation commerciale

PARTICIPANTS

- Toute personne en charge du développement commercial

PRÉREQUIS

- Exercer ou avoir exercé la fonction commerciale

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES ACTIVES

- Positionnement : Questionnaire préalable envoyé au participant et responsable N+1
- Méthodes pédagogiques interactives tenant compte de l'expérience du stagiaire, du contexte et de la réalité du travail
- Formation progressive de mode participatif, cette formation est basée sur le vécu professionnel en s'appuyant de l'analyse de situations réelles
- Les apports théoriques et méthodologiques seront illustrés par de nombreux exercices pratiques et mises en situation
- Échanges basés sur la pratique professionnelle des participants
- Mises en situation sur des cas proposés par les participants, analyse de situation pour permettre l'appropriation des méthodes et des outils
- Support individuel de formation

ÉVALUATION

- Évaluation formative réalisée par l'intervenant tout au long de la formation afin de mesurer les acquisitions et les progressions
- Évaluation des acquis

LES PLUS

- PAI : un plan d'actions individuel sera formalisé en fin de formation.
 - Programmes ajustables à vos attentes
 - Accompagnement personnalisé
 - Option démarche qualité :
- SQF – Suivi Qualité Formation : Synthèse détaillée et bilan du formateur.
- Cette formation est accessible à toute personne en situation de handicap, contact référent handicap au 02 43 61 08 47
 - Une expertise² de nos formateurs : technique et pédagogie active

PROGRAMME DE FORMATION

1. Identifier les règles de l'organisation commerciale

- Rappels des priorités du commercial
- La gestion des priorités et des urgences
- Le fichier client et les impératifs commerciaux

2. Gérer son fichier client

- L'optimisation de son fichier client
- Les catégories clients, prospects et suspects
- L'efficacité du ciblage A.B.C

3. Maîtriser la gestion de son secteur

- Les règles des circuits de visite
- L'organisation des tournées clientèle
- Les clés de la gestion de l'agenda commercial

4. S'approprier les techniques d'organisation

- La classification clientèle
- Les 10 lois de gestion du temps
- Les 5 techniques simples et concrètes
- Répondre aux freins psychologiques

5. Réussir à atteindre ses objectifs

- Les notions de priorités et d'urgences commerciales
- Les leviers de croissance
- Combattre ses voleurs de temps

6. Organiser ses relances clients

- Les méthodes de suivi de dossiers
- Les relances proactives
- Les objectifs de la relance commerciale
- Les rappels efficaces

7. Construire sa démarche de progrès

- Les axes de progrès individuels
- Le plan d'actions
- La mise en œuvre du changement de pratique