

## Organiser son activité commerciale

Code : **CET 05**

Durée : **3 jours**

Prix : **session inter 1200 € HT (repas compris)**

### *Pourquoi ce stage ?*

L'organisation ne serait pas l'apanage des vendeurs... L'élite des vendeurs est organisée, et c'est cette organisation qui lui permet de fidéliser et développer une clientèle de qualité. Ces commerciaux utilisent des recettes simples ; elles sont dévoilées durant ce stage et permettront à tous ceux et celles qui les appliqueront de développer leur activité commerciale de façon significative.

### *Ce stage concerne*

Commerciaux, animateurs et chefs de secteurs, ingénieurs d'affaires, technico-commerciaux, délégués commerciaux.

### *Bénéfices attendus*

À l'issue de cette formation, les participants sauront comment :

- organiser leur temps en fonction de leurs missions et de leurs priorités,
- anticiper et planifier leurs activités de façon réaliste,
- consacrer leur énergie aux actions porteuses,
- organiser leurs circuits de visite,
- élaborer et utiliser des outils d'aide au suivi de l'activité et à la remontée des informations

### *Pédagogie*

Participative et active

- Auto-diagnostics.
- Etudes de cas et mises en situation.
- Exercices individuels et en sous groupes.
- Plan d'action personnalisé.

*Suivi*

Le formateur donne ses coordonnées aux participants et reste à leur disposition par téléphone ou par mail pendant 2 mois.

**Les formations Forma.Com en INTER**

Vous souhaitez suivre cette formation en INTER, contactez-nous pour connaître nos prochaines sessions.

**Les formations Forma.Com en INTRA**

Ce stage peut être programmé dans votre entreprise ou servir de base pour vous construire un programme sur mesure.

## Programme

### Analyser la richesse de son portefeuille client

- Examiner vos pratiques actuelles
  - votre secteur, vos clients,
  - votre organisation et vos méthodes.
- Les bases de la gestion de secteur
  - maintien et développement du volume, du C.A., de la part de marché...
  - développer une stratégie,
  - la nécessité d'outils de suivi.

### Gérer son portefeuille client

- Connaître la typologie de ses clients.
- Combien valent vos clients ? (les clients principaux, la loi des 20/80, comptes - clés, actuels et potentiels, autres clients, prospects).
- Déterminer les actions à mener selon la spécificité des clients.

### Découper son secteur et optimiser son circuit de vente

- Découper son secteur en tenant compte des critères fondamentaux.
- Optimiser la gestion de ses tournées.

### Optimiser ses relations clients

- Gagner du temps avec ses entretiens clients.
- S'affirmer dans la gestion de son temps.

### Établir un plan d'action personnalisé

- Déterminer ses actions :
  - actions obligatoires,
  - actions spécifiques.
- Déterminer ses objectifs.

### Programmer ses activités

- La gestion prévisionnelle de ses activités.
- La prise en compte des priorités commerciales.
- Le suivi des devis et commandes.
- La répartition hebdomadaire et le contrôle de activités, le tableau de bord, les supports.
- Les outils du travail quotidien : micro, tableaux, fiches, dossiers, statistiques...