

2 - DIRECTION, GESTION, ADMINISTRATION

REFERENCE AS FORMATION

G - Vente & Commerce 2G-007

OBJECTIF

- Comprendre les leviers qui influencent les résultats
- Savoir mettre en place les outils (organisation, prospection, négociation, gestion du temps,...)

PUBLIC VISE

Toutes personnes ayant des missions commerciales et cherchant à optimiser son organisation

PRE-REQUIS

Aucun

DURÉE en HEURES :

14h

METHODES PEDAGOGIQUES

- Formation en présentiel animée en français
- 4 à 6 stagiaires par formateur
- Contrôle continu et certificat de stage

FORMACODE :

34085 (Stratégie commerciale)

CERTIFICATION / EVALUATION

Attestation de formation

NIVEAU : 0

Organiser son temps de commercial efficacement

- Impact du stress sur la gestion du temps
- Astuces pratiques pour maîtriser son stress
- Hiérarchiser ses activités : stratégiques/peu stratégiques
- Gérer son quotidien grâce à un plan d'actions
- Fixer ses objectifs à moyen et long terme
- Maintenir ses priorités en dépit des aléas

Organiser son activité commerciale

- Le portefeuille
- Les différents indicateurs qui caractérisent un portefeuille
- Les 3 réservoirs d'un portefeuille, Client/Prospects/projet
- Les critères de mesure d'un client en implication et en potentiel
- L'évaluation du volume du portefeuille
- Les indicateurs opérationnels

Faire évoluer son organisation commerciale personnelle

- Faire l'état des lieux de son organisation commerciale et identifier les actions chronophages: repérer ses propres freins
- Construire son organisation commerciale idéale
- Organiser son duo avec son assistante commerciale : définir les missions, savoir déléguer

DES CONSEILLERS A VOTRE ECOUTE