

Prospection & Organisation Commerciale



MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Alternance entre minis apports théoriques et exercices de consolidation. Applications pratiques au travers de cas concrets.

POPULATION CONCERNÉE

Tout commercial souhaitant mettre l'organisation au service de son efficacité.

Durée : 2 jours + 1 jour

Groupe : 6 à 8 participants

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS DU SÉMINAIRE :

A l'issue du séminaire les participants seront capables :

- Comprendre l'intérêt de mettre en place une organisation commerciale efficace au service de la performance ;
- Identifier les règles d'organisation optimales adaptées à leur environnement propre et à l'organisation globale de l'entreprise ;
- Mettre en place un processus de vente avec des indicateurs de performance et des outils de pilotage adaptés au contexte propre de chacun.

THEMES ABORDÉS :

- ❖ La notion d'agenda et l'organisation catégorielle par ½ journée ;
- ❖ La notion de segmentation et de couverture : quelles sont mes cibles et comment j'adresse mon marché ?
- ❖ Les différentes façons d'adresser son marché en lien avec les outils modernes de communication;
- ❖ La gestion du temps ou comment optimiser le temps imparti en fonction des objectifs fixés ;
- ❖ Notion de priorités et définition des objectifs ;
- ❖ Mise en pratique sur cas personnels.