

Efficacité commerciale

## Optimiser l'organisation commerciale

2 jours (14h00) | ★★★★★☆ 4/5 | DCEFF-ORG | Évaluation qualitative de fin de stage |  
Formation délivrée en présentiel ou distanciel <sup>(1)</sup>

Formations Management & soft skills › Développement commercial › Efficacité commerciale



### À l'issue de ce stage vous serez capable de :

- Segmenter votre portefeuille clients ou votre potentiel prospects
- Définir des objectifs pour chaque catégorie et typologie de clients ou de prospects
- Etablir et mettre en oeuvre un plan d'action de proximité et opérationnel en adéquation avec les cibles du secteur
- Prioriser et gérer le temps de travail et les tournées.

### Niveau requis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

### Public concerné

Responsables commerciaux, chefs de secteurs, commerciaux terrain, chefs d'agence ou tout personnel participant à l'opérationnalité des vendeurs.

### Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émarginée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

#### (1) Modalité et moyens pédagogique :

Formation délivrée en présentiel ou distanciel \* (e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance). Le formateur alterne entre méthodes \*\* démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation). La validation des acquis peut se faire via des études de cas, des quiz et/ou une certification.

Les moyens pédagogiques mis en oeuvre (variables suivant les formations) sont : ordinateurs Mac ou PC (sauf pour les cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel). Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne. Supports de cours et exercices.

\* Nous consulter pour la faisabilité en distanciel. \*\* Ratio variable selon le cours suivi.

# Programme

## Introduction

- Présentation de chacun
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Présentation de la formation

## Analyse du portefeuille clients du secteur

- Afin d'identifier, de hiérarchiser et de sélectionner son action
- En fonction de la potentialité de son secteur
- Fonction commerciale terrain, rôle, mission, responsabilité
- Les enjeux

## Mettre en oeuvre le plan d'action opérationnel du secteur

- Connaître le portefeuille clients ou prospects par famille de produits et services
- Connaître les comptes-clés
- Forces et faiblesses des spécificités sectorielles (SWOT)
- Connaître la présence concurrentielle sur son secteur
- Optimiser la gestion des fichiers opérationnels

## Découper son secteur et optimiser son circuit de vente

- Comment découper, redécouper ou réaménager son secteur ?
- Les outils de gestion des cycles de tournées
- La périodicité et la fréquence des visites
- La mise en oeuvre de la réorganisation sectorielle

## La programmation de son activité et son suivi, en fonction :

- De la mission reçue
- Des opérations ponctuelles
- Des task forces

## Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Bilan oral et évaluation à chaud

## Modalités d'évaluation des acquis

- En cours de formation, par des mises en situation contextualisées évaluées
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation ou une certification (M2i ou éditeur)