

Suivi commercial

Suivre et fidéliser son portefeuille clients

2 jours (14h00) | ★★★★★ 4,6/5 | DCSUI-FID | Évaluation qualitative de fin de stage |
Formation délivrée en présentiel ou distanciel ⁽¹⁾

Formations Management > Développement commercial > Suivi commercial



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

- Mettre en oeuvre une stratégie de fidélisation.

Niveau requis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

Public concerné

Commerciaux, technico-commerciaux et vendeurs dans les secteurs de l'industrie, de la distribution, du négoce et auprès des particuliers.

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

Les fondements de la performance commerciale individuelle

- L'efficacité commerciale à court et long terme
- Comprendre la position marketing de ses produits / services

Avoir une photographie globale de son portefeuille clients / prospects

- Les différentes familles de clients / prospects
- Segmentation du portefeuille
- S'approprier le concept MDFC

Réaliser des actions de prospection et de fidélisation (construire son PAAC)

- Qualification nominative de son fichier et photographie globale de son portefeuille
- Etablir un diagnostic de son portefeuille
- Identifier ses "coeurs de cibles"
- Détermination des actions et des priorités

Réaliser plus facilement ses objectifs de chiffre d'affaires

- Fixer des objectifs commerciaux prévisionnels : le calcul de charge du territoire
- Fixer des objectifs qualitatifs d'activité : le calcul du potentiel d'activité du vendeur

Améliorer sa rentabilité

- Mise en place d'un plan de moyens pour maintenir, développer, entretenir et prospecter ses clients
- Mise en place de tableaux de bord : suivi et bilan, les indicateurs financiers, les indicateurs de performance, indicateurs de gestion, indicateurs d'efficacité, indicateurs d'activité

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)