

# COMMERCIAL

## Gérer son portefeuille client

Référence : ACLGPORCLI

**Objectifs :** Structurer son temps et son énergie sur les enjeux stratégiques. Respecter ses priorités commerciales. Utiliser son stress de façon positive pour booster les ventes

**Prérequis :** Aucun prérequis n'est nécessaire

**Public :** Commercial, ingénieur commercial, technico-commercial, chargé d'affaires

**Niveau :** Débutant

**Durée standard :** 2 jours

**Pédagogie :** alternance d'apports théoriques et nombreux exercices de mise en pratique

**Moyens pédagogiques :** outils pédagogiques adaptés, ordinateur et vidéoprojecteur pour l'animateur

**Évaluation des acquis :** Mise en pratique à l'aide d'exercices en autonomie avec retours individuels et collectifs

**Suivi après :** • Certificat de stage

• Évaluation de satisfaction à chaud remplie par l'apprenant

**formation :** • Bilan de formation rempli par le formateur

• Un ouvrage de référence (remis en formation)

*Nos plans de cours standards sont adaptables sur demande tant en termes de contenu que de durée : nous contacter*

### Contenu standard

Cocher les OBJECTIFS

Les titres en gras feront l'objet de l'évaluation des acquis

La mise en pratique régulière, et dans un délai court, suite à l'action de formation est une condition de réussite

**Faire le diagnostic de sa gestion du temps**.....

Établir l'état des lieux de son organisation commerciale. ....

Comprendre son rapport au temps. ....

Cerner ses sources d'inefficacité et ses bonnes pratiques. ....

**Optimiser son temps en se recentrant sur ses priorités** .....

Mettre le client au centre de son organisation commerciale. ....

Identifier ses activités à haut rendement. ....

Passer du temps subi au temps choisi : distinguer l'urgent et l'important et bâtir sa matrice des priorités. ....

Organiser son activité commerciale au mois, à la semaine. ....

Rester flexible pour intégrer les imprévus. ....

Optimiser la relation client grâce aux outils de communication : téléphone, e-mail, réunions, agendas électroniques, PDA.....

**Traiter de manière utile le stress de la vente** .....

Identifier son profil de commercial face au stress. ....

Décrypter les origines, signaux d'alarme et conséquences. ....

Compléments : .....