

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 formation : <ul style="list-style-type: none"> • Certificat de stage • Bilan de formation rempli par le formateur 	<ul style="list-style-type: none"> • Évaluation de satisfaction à chaud remplie par l'apprenant • 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

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.....

Cocher les OBJECTIFS

	définis lors du tour de table	traités durant la formation
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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.....

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

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.....

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Compléments :

.....
.....