

PROGRAMME PEDAGOGIQUE

COMMENT DEVELOPPER LA PERFORMANCE COMMERCIALE DE MON ENTREPRISE ?

Objectif de la formation :

- Apprendre à analyser le processus commercial de votre entreprise
- Savoir évaluer la performance commerciale de votre entreprise
- Comprendre l'importance de la culture client
- Acquérir les méthodes pour construire votre processus de fidélisation

Public concerné et pré requis :

- Dirigeant
- Responsable commercial

Aucun pré requis pour la formation

Modalités techniques et pédagogiques

- La formation est réalisée à l'aide de support formateur (vidéoprojecteur, documentation, exercices...).
- Pour les stages en entreprise, prévoir une salle de formation : paperboard, vidéoprojecteur.

Suivi et évaluation

- Évaluation à partir d'une étude de cas concrète et interaction permanente entre les participants et le formateur.
- Questions / Réponses tout au long de la formation et passage
- Attestation d'assiduité et de fin stage

Modalités de déroulement

- Formation en intra : durée à définir avec le formateur
 - Dates sur-mesure
 - 16 centres de formations
- Adaptation du programme en fonction du besoin du stagiaire.

Programme :

1. Analyser la politique commerciale de son entreprise
 - Comprendre la stratégie commerciale et ses priorités
 - Evaluer la position de son entreprise sur le marché
 - Analyser les forces et faiblesses de sa politique commerciale
 - Maîtriser les outils de mesure de performance commerciale
2. Elaborer son plan d'actions commerciales
 - Utiliser son analyse pour définir de nouveaux objectifs
 - Prévoir des actions pour réaliser ses objectifs (promotion, distribution, développement de la force de vente)
3. Mettre en place votre plan d'actions commerciales
 - Formaliser ses objectifs
 - Communiquer son plan à son équipe
 - Définir des objectifs collectifs et individuels
 - Décrire clairement les actions à mener dans les différents secteurs commerciaux
 - Contrôler et suivre le développement de son plan à l'aide d'un tableau de bord
4. Comprendre les enjeux de la fidélisation
 - Le comportement de plus en plus volatile des consommateurs
 - L'importance du portefeuille clients
 - Fidéliser sa clientèle pour réduire le coût d'acquisition client
5. Construire une stratégie de fidélisation et de développement de sa clientèle
 - Evaluer la solidité des relations clients de son entreprise (les outils de mesure de la fidélisation)
 - Définir des indicateurs de satisfaction client
 - Déterminer des objectifs et des attitudes à adopter
6. Impliquer ses collaborateurs pour développer une culture client
 - Présenter la fidélisation comme une valeur de l'entreprise
 - Développer la mobilisation des services non-commerciaux
 - Maîtriser le management transversal