

# Organiser et gérer son activité commerciale

## Participants

Commerciaux, ingénieurs d'affaires

**Durée** : 2 jours

**Prix** : 800" ht / personne hors déjeuners et frais de séjour.

## Objectifs

- Optimiser l'organisation de ses actions terrain quotidiennes.
- Comprendre comment agir sur ses ventes pour ne plus subir.
- Apprendre à élaborer un plan d'action, savoir organiser et planifier ses visites en fonction de la situation de son secteur, de ses portefeuilles et des besoins de prospection.

## Méthodes pédagogiques

- Etude d'un cas concret où chaque participant est en situation de piloter commercialement une entreprise afin de découvrir les différents facteurs qui influencent les ventes et d'apprendre à agir dessus.
- Exercices en groupe et individuels.
- Apports de connaissances.
- Elaboration d'un plan d'actions personnel par chaque participant.

## Contenu de la formation

### Les facteurs qui influencent les ventes sur mon secteur

- Les 3 composantes d'un résultat
- Le lien avec la politique commerciale de l'entreprise
- Les indicateurs clés
- L'analyse statique et dynamique de ses ventes

### Le poids des actions d'un commercial sur ses ventes

- Les critères de quantité
- L'orientation des actions
- Les ratios qualitatifs et les normes de performance
- Les indicateurs clés de l'activité des commerciaux
- Les liens entre les actions et les résultats

### La gestion des portefeuilles clients/prospects

- Les différents portefeuilles
- Les critères de mesure des portefeuilles clients/prospects
- L'organisation de ses visites en fonction des portefeuilles, des priorités du secteur et des objectifs à atteindre
- La planification de ses actions

### Le plan d'actions

- Les critères d'un plan d'actions
- La structure du plan d'actions
- Les exercices d'application

Pour vous inscrire ou avoir plus d'informations :

[fcastano@adepe.com](mailto:fcastano@adepe.com)

**Tel : 01 60 13 51 00**

**www.adepe.com**

## Les acquis

A l'issue de cette formation, vous êtes capable, dans le cadre de la politique commerciale de votre entreprise, de déterminer avec précision les actions à réaliser sur votre secteur et ce, en fonction du marché, de la concurrence, de la situation des portefeuilles clients et prospects.

Vous repartez avec des modèles d'outils pragmatiques.