

ORGANISER SON ACTIVITE COMMERCIALE ET OPTIMISER SON TEMPS

PARTICIPANTS

Toute personne ayant une fonction commerciale souhaitant améliorer son efficacité par une nouvelle organisation

PREREQUIS

Avoir les connaissances de bases du domaine commercial

DUREE

Sur-mesure
A partir d'1 journée

MODALITES

Individuelle ou collective

Présentiel ou classe virtuelle

TARIF 2023

Sur devis
Tarif Net de taxe

INTERVENANTS

Professionnels experts dans leur domaine

DELAI D'ACCES

2 semaines à compter de l'inscription

MODALITES D'EVALUATION

Activités pédagogiques actives : questionnaires, cas pratiques, quizz, (...)

Certificat de réalisation

CONTEXTE

La multitude des sollicitations quotidiennes peut très vite donner le sentiment d'être débordé. Une bonne organisation permet de mieux gérer son énergie, d'être plus efficace dans son quotidien et de faire plus facilement face aux imprévus et aux facteurs extérieurs. Repenser son organisation, en prenant en compte les différents paramètres inhérents à la fonction commerciale, s'avère primordial pour viser l'efficacité sans se sentir débordé. Alors comment mettre en place une organisation et une gestion efficaces pour atteindre ses objectifs commerciaux ?

La formation « **Organiser son activité commerciale et optimiser son temps** » vous permettra de développer une organisation adaptée à l'atteinte de vos objectifs commerciaux tout en vous apportant les clés d'un exercice quotidien plus serein.

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Evaluer l'ensemble des facteurs qui influencent la performance commerciale
- S'approprier la stratégie de son entreprise pour la piloter avec efficacité
- Identifier le positionnement concurrentiel de son activité sur le marché
- Traduire ses objectifs de vente en plan d'actions commercial
- Identifier les compétences à développer pour gagner en efficacité
- S'organiser avec des outils adaptés à ses objectifs et à son environnement

METHODES MOBILISEES

Entretien individuel en amont de la formation pour définir les objectifs de la formation

Documentations et supports de cours, études de cas réels, exercices pratiques d'application

Une heure de coaching individuel dans les 6 mois suivants la formation

LES PLUS DE CETTE FORMATION

- Des entretiens individuels en amont de la formation pour comprendre les enjeux, les objectifs et les attentes de chacun.
- Un test à l'échelle de votre organisation pour évaluer les compétences en Négociation et ainsi déterminer vos besoins.
- Un plan individuel personnalisé à suivre après la session de manière à permettre à chacun de poursuivre sa progression.

NOUS CONTACTER

contact@wersus.fr
01 82 02 29 89

www.wersus.fr

DEROULE

1. Analyse de l'entreprise et de son environnement

- Matrice SWOT : analyse interne et externe, forces et faiblesses
- Analyser les éléments internes et externes impactant l'activité commerciale
- Décliner la stratégie de son entreprise en plan d'action commercial

2. Décliner ses objectifs en plan d'action opérationnel

- Faire le point sur son organisation actuelle
- Analyser l'utilisation de sa relation au temps et son style d'organisation
- Se fixer soi-même des objectifs à partir des objectifs fixés par l'entreprise
- Elaborer un plan d'action et les outils à utiliser pour gagner du temps et être efficace

3. Elaborer son organisation à partir de son plan d'action

- Distinguer les différentes classes de prospects et définir sa cible clients
- Déterminer les critères de priorisation des actions
- Identifier les différents "réseaux" ou solutions permettant de prospecter en fonction de ses cibles
- Evaluer le levier le plus efficace de prospection et identifier sa ou ses zone(s) de confort

4. Apprendre à optimiser son temps

- Panorama des différentes méthodes de gestion du temps
- Construire un planning d'activité
- Optimiser la gestion de son activité commerciale : prises de rendez-vous, déplacements, opportunités de contacts
- Choisir les meilleures méthodes en fonction de soi et des situations

5. Rendre compte de son activité

- S'appuyer sur ses indicateurs commerciaux
- Rédiger des rapports d'activité
- Analyser ses résultats et apporter des actions correctrices
- Garder son dynamisme et sa motivation dans le temps

6. Les outils essentiels

- Tableaux de bord de performance commerciale : choix des indicateurs et définition des objectifs commerciaux
- Performance commerciale : collective et individuelle

Cette formation est réalisée en partenariat avec la société IndepSales.

Nos formations peuvent être adaptées aux personnes en situation de handicap.