

► Développement des Compétences Commerciales
► Formation en Intra-entreprise



Organiser sa semaine commerciale

2 jours
[14 heures]
DCCMK566

plan de cours disponible à l'adresse <http://www.adhara.fr/rh-dccmk566.aspx>

OBJECTIF

A l'issue de la formation, le participant sera capable de organiser, planifier et optimiser son temps de travail.

PUBLIC

Commerciaux, assistantes commerciales et managers.

PÉDAGOGIE

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion et de confrontation d'expériences. Des exercices pratiques accompagnent les apports théoriques et permettent un entraînement concret.

RÔLE DU FORMATEUR

Le formateur est attentif à ce que chaque participant s'approprie méthodes et outils. Il pratique un accompagnement comportemental personnalisé à chaque apprenant par des méthodes d'écoute et de questionnement.

OUTILS UTILISÉS

selon les besoins de la formation

Écoute active
P.N.L. (programmation neuro-linguistique) et A.T. (analyse transactionnelle) Systémique (analyse des systèmes)
Vidéo - jeux de rôles et analyse - Les jeux vidéos sont pris dans la pratique des personnes dans leurs vécus
Télévision et caméra
Un support de cours est distribué à chaque participant.

POINTS FORTS

Chaque participant recevra avant le stage un document sur lequel il précisera ses attentes. Ce document permettra au formateur d'orienter la formation en fonction des objectifs de chacun.

CONTENU

- 1 Les Principes fondamentaux de la gestion du temps.**
- 2 Optimisation du « temps commercial », déplacement client, prospection.**

► Développement des Compétences Commerciales
► Formation en Intra-entreprise



Organiser sa semaine commerciale

2
jours
[14 heures]
DCCMK566



plan de cours disponible à l'adresse <http://www.adhara.fr/rh-dccmk566.aspx>

► Développement des Compétences Commerciales
► Formation en Intra-entreprise



Organiser sa semaine commerciale

2 jours
[14 heures]
DCCMK566



plan de cours disponible à l'adresse <http://www.adhara.fr/rh-dccmk566.aspx>

- 3 Les besoins clients, savoir les anticiper.**
- 4 Les phénomènes saisonniers selon l'activité.**
- 5 L'annualisation de son action commerciale.**
- 6 La mensualisation.**
- 7 La semaine commerciale.**
- 8 Approche de la gestion de « portefeuille client »**
- 9 Le plan d'action commercial. (PAC)**