Développer sa stratégie commerciale - spécial ATLAS
Parcours Mobile Learning

Réf : 5SC - Prix 2023 : nous consulter

Grâce à ce parcours vous serez en mesure d'élaborer une stratégie commerciale cohérente et adaptée via l'analyse de votre portefeuille client. Vous déploierez vos actions commerciales en conséquence et mesurerez vos résultats par la mise en place de tableaux de bord.
Vous appréhendrez également la façon d'utiliser votre réseau pour tirer profit de votre pouvoir d'influence, rédiger et présenter vos messages pour un meilleur impact.
Votre parcours et la plateforme dédiée sont ouverts pendant 5 semaines.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Analyser son portefeuille client

Définir sa stratégie et ses objectifs commerciaux

Construire un réseau de relations commerciales

Organiser sa stratégie d'influence

Mettre en place des actions commerciales

Piloter les indicateurs de résultat

Préparer son support de présentation

Présenter ses résultats à l'écrit et à l'oral

Manager son équipe grâce aux tableaux de bord

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Ce parcours vous donne accès à un ensemble de modules constitués d'activités ludiques de courtes durées (jeux, challenges, vidéos, REX…). Il vous permet de stimuler votre motivation et de favoriser l'ancrage Mémoriel®. Des notifications sont envoyées régulièrement pour augmenter votre engagement.

PARTICIPANTS

Responsables commerciaux, managers commerciaux, chefs des ventes et toutes les personnes élaborant des stratégies commerciales.

PRÉREQUIS

Connaissances de base en commercial.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

• Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
• À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
• Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 07/2022

1) Établir le plan d'actions commerciales

- Structurer le contenu du PAC.
- Connaître les analyses marketing et commerciales.
- Établir le diagnostic commercial pour agir.
- Décider des actions commerciales.
- Évaluer et planifier les moyens.

2) Développer son lobbying commercial

- Connaître les médias de communication.
- Comprendre la structure des lobbies et des groupes d'intérêt.
- Comprendre l'impact du management 4.0.
- Organiser sa stratégie d'influence.

3) Organiser et développer les comptes clients

- Connaître les caractéristiques de la vente.
- Mettre en place la stratégie de compte client.
- Élaborer un plan d'action grand compte.
- Mener les actions sur le compte client.
- Gérer la relation commerciale.

- Piloter la performance.

4) Réussir une présentation efficace

- Préparer son message.
- Utiliser un support impactant.
- Se mettre en condition.
- Maintenir l'attention de son auditoire.
- Connaître les erreurs à éviter.

5) Concevoir et piloter par les tableaux de bord

- Définir un tableau de bord.
- Concevoir ses tableaux de bord.
- Sélectionner les indicateurs les plus significatifs.
- Piloter sa stratégie à l’aide des tableaux de bord.
- Manager son équipe avec un tableau de bord.