

Passer d'une vision intuitive du développement de son portefeuille à une vision stratégique en sachant répartir quantitativement et qualitativement les efforts commerciaux de façon optimale entre les clients et les prospects pour atteindre les objectifs de prise de parts de marché, de fidélisation et de rentabilité.

Objectifs

- ➔ Disposer d'une méthodologie de gestion commerciale pour gagner des parts de marché
- ➔ Avoir une vision globale de votre portefeuille pour mieux répartir les efforts commerciaux

Compétences développées

- ➔ Analyser votre portefeuille à partir de critères quantitatifs et qualitatifs
- ➔ Analyser votre portefeuille par produits
- ➔ Répartir les objectifs de développement et de prospection
- ➔ Etablir une stratégie de pénétration et de développement de compte
- ➔ Définir les priorités en termes de développement et de prospection
- ➔ Organiser et planifier les actions commerciales

Bénéfices pour l'entreprise

- ➔ Gagner des parts de marché
- ➔ Augmenter la rentabilité des solutions vendues
- ➔ Fidéliser sa clientèle

Méthode pédagogique

- La méthode pédagogique associe trois principes :
 - la progressivité
 - l'application au métier
 - l'interactivité
- Les activités pédagogiques sont fondées sur :
 - l'acquisition : présentations, lecture et exercices interactifs
 - l'analyse et le partage d'expériences : discussions
 - l'entraînement : travaux en sous-groupes, jeux de rôles spécifiques

Modalités pratiques

- Nombre de participants
 - 9 maximum
- Durée du séminaire
 - 1 jour
- Pré-requis
 - Personnes appelées à gérer un portefeuille de clients

Une approche sur-mesure

*Le contenu de la formation est spécifiquement adapté
au métier des participants et en lien avec
la stratégie de votre entreprise*