

## COMMERCIAL VENTE

## Optimiser la gestion commerciale de son secteur

Public	Commerciaux itinérants Managers commerciaux
Objectifs de formation	<ul style="list-style-type: none"><li>● Progresser dans la gestion de son temps, l'organisation de ses tournées et la maîtrise des outils commerciaux</li><li>● Comprendre l'intérêt du PAC (Plan d'Action Commercial) et l'élaborer</li></ul>
Prérequis	Tous niveaux d'expérience
Contenu pédagogique	Maîtriser son temps. Optimiser ses tournées. Analyser sa clientèle. Maîtriser ses moyens d'organisation Maîtriser les outils commerciaux. Le PAC (Plan Action Commercial) : enjeux pour l'entreprise et objectifs de la démarche Méthodologie d'élaboration du PAC : analyse de situation, données de marché, forces concurrentielles en présence, situation commerciale de l'entreprise, matrice de positionnement, détermination des objectifs, stratégie, plan d'action, évaluation budgétaire, outils de pilotage
Méthodes pédagogiques	Alternance d'apports pédagogiques, d'échanges intra-groupe et d'exercices pédagogiques Transposition vers la pratique professionnelle via exercice d'élaboration de plan d'action commercial Support de formation complet remis aux participants
Durée	2 jours
Modalités organisationnelles et logistiques	Toute France Intra-entreprise ou inter-entreprises Lieu géographiquement défini au plus près des stagiaires
Moyens techniques	Données commerciales, vidéoprojecteur, ordinateur portable
Validation de formation	Signatures de la feuille de présence par demi-journée et délivrance d'une attestation de formation en fin de session.
Responsable du stage	Stéphane Urban