



NÉGOCIER ET GÉRER SON PORTEFEUILLE ORGANISER DES ACTIONS COMMERCIALES ET DE MARKETING OPÉRATIONNEL POUR ANIMER LES MARCHÉS

Chargé(e) d'affaires commerciales et marketing opérationnel

Certification professionnelle enregistrée au RNCP par arrêté ministériel du 27/12/2018 publié au J.O du 04/01/2019
code NSF 312n dernier renouvellement pour une durée de 5 ans

PRIX

4 500 € TTC
Régime non soumis à TVA

TYPE DE FORMATION

INTRA
Dans les locaux du client

DURÉE

14 Heures

PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne

DISPOSITIF SPÉCIAL COVID-19 : FORMATION PRISE EN CHARGE À 100% PAR L'ÉTAT

#JeMeFormeChezMoi

L'optimisation de son portefeuille clients allée à l'efficacité de la négociation commerciale est fondamentale pour accroître son volume d'affaires. Ceci se fait à présent en intégrant dans la démarche les techniques liées au digital.



DESCRIPTION

Ce module de formation présente la méthodologie et les techniques de négociation commerciale et d'analyse d'un portefeuille clients, en prenant en compte les tendances relatives au réseau commercial.

PRÉ-REQUIS

Expérience professionnelle significative souhaitée dans le domaine.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

L'objectif de ce module de formation est de permettre aux participants d'intégrer pleinement les techniques de négociation commerciale et d'optimisation de leur portefeuille clients en ciblant les réseaux à prospecter.

*Cette formation est capitalisable, dans le cadre du Titre enregistré au RNCP "MANAGER DE LA STRATÉGIE DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE" aux autres composantes du bloc de compétence n°2 "Organiser des actions commerciales et de marketing opérationnel pour animer les marchés" pour l'obtention d'une certification partielle finançable par le CPF Code 105221

POUR NOUS JOINDRE, UN SEUL NUMÉRO : 04.84.326.326



www.my-bt.fr



CONTENU DE LA FORMATION

Séquence 1 : Analyse de la clientèle

- Le réseau commercial (dont le e-commerce), le client final.

Séquence 2 : Techniques de négociation

- Approche de nouveaux clients, relation avec la clientèle existante

Séquence 3 : Portefeuille client : ciblage

- Adéquation avec l'image de l'entreprise ou des produits.
- Ciblage de la clientèle : zone géographique ; caractéristiques du magasin...

Séquence 4 : Portefeuille client : prospection

- Définition des priorités : magasins, e-commerce, produits.
- Etude de la concurrence et analyse des caractéristiques de son entreprise ainsi que de ses produits.
- Techniques de prise de rendez-vous.

COMPÉTENCES À L'ISSUE DU MODULE DE FORMATION

- Analyser les réseaux commerciaux, y compris les réseaux du e-commerce.
- Diagnostiquer les caractéristiques de son portefeuille clients, de la concurrence, et cibler les cibles prioritaires à capter.
- Négocier avec les prospects.

MOYENS & METHODES PEDAGOGIQUES

- Paperboard, tableau effaçable, feutres / Exposés.
- Travaux en sous-groupe / Témoignages / Discussions collectives.
- Remise de documents pédagogiques.
- Méthode cognitive en groupe / Jeux de rôle.
- Bilan, évaluation et préconisations.

METHODE D'EVALUATION

- Evaluation théorique sous forme de QCM pendant la formation.
- Evaluation pratique en fin de formation.
- Fiche individuelle de suivi avec les axes d'amélioration.
- Travail en intersession.
- Dossier maison / Devoir en cours.
- Travail personnel à présenter au groupe

EVALUATION COLLECTIVE

- Dossier de groupe non soutenu
- Cas pratique soutenu
- Exposé soutenu

VALIDATION DES ACQUIS

Attestation individuelle fournie à l'issue de la formation.