

Analyser et optimiser son portefeuille clients

Cours Pratique de 2 jours - 14h

Réf : FEU - Prix 2024 : 1 450CHF HT

Décliner la stratégie de sa direction commerciale dans le cadre de son propre portefeuille implique de l'analyser pour prioriser ses actions. Cette formation vous propose de mettre en œuvre, étape par étape, une démarche de stratégie de développement et de pilotage de votre portefeuille.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

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

Segmenter son portefeuille et identifier le potentiel des clients et prospects

Réaliser la photographie du portefeuille en nombre, volume, potentiel

Identifier les cibles et déterminer les priorités commerciales

Fixer des objectifs quantitatifs et qualitatifs d'activités

Mettre en place le plan de moyens et le tableau de bord

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Méthodes pédagogiques actives et participatives. Alternance de théorie/pratique avec application au contexte et expériences des participants.

TRAVAUX PRATIQUES

Exercices permettant à chaque stagiaire de s'approprier la matrice d'analyse pour construire sa propre stratégie de développement et d'organisation.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 06/2021

1) Comprendre les fondements de la Performance Commerciale Individuelle

- L'efficacité commerciale à court et long terme.
- Piloter la performance commerciale : organisation et communication.
- Comprendre la position marketing de ses produits/services.
- Réaliser l'historique de ses clients et relations commerciales.
- Quelles sont les attentes des clients ?

Exercice : Exercice en sous-groupes sur les attentes clients.

2) Etablir la photographie de son portefeuille clients

- Les dix étapes pour élaborer son Plan d'action commercial.
- Evaluer son portefeuille client.
- Segmentation du portefeuille, répartition des clients.
- Classer les clients en fonction de leur potentiel.
- Evaluer les opportunités.

Exercice : Mettre en place l'analyse swot de son secteur.

3) Définir ses actions de prospection et de fidélisation

- Qualification nominative et photographie globale du portefeuille.
- Etablir un diagnostic factuel de son portefeuille.
- Travailler ses "cœurs de cibles".
- Déterminer ses actions et ses priorités.
- Elaborer une stratégie avec les clients à faible valeur.

Exercice : Analyse de son propre portefeuille: définition des actions et des priorités.

PARTICIPANTS

Commerciaux, technico-commerciaux, ingénieurs d'affaires. Toute personne impliquée dans le développement des ventes en environnement BtoB.

PRÉREQUIS

Avoir un volume d'activité et de clients existants suffisamment significatif.

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.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques... Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

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.

4) Réaliser ses objectifs de chiffre d'affaires

- Fixer des objectifs commerciaux prévisionnels : charge du territoire.
- Fixer des objectifs qualitatifs d'activité : potentiel d'activité du vendeur.
- Mettre en place des arguments de développement de CA.
- Utiliser les leviers de fidélisation (télémarketing, mailing...).
- Anticiper les objections, prévoir des solutions de repli.
- Définir une stratégie tarifaire et préparer des contreparties.

Exercice : Réalisation d'objectifs et organisation de son travail.

5) Améliorer sa rentabilité

- Mise en place d'un plan de moyen pour maintenir, développer, entretenir et prospecter ses clients.
- Mise en place et utilisation de tableaux de bord.
- Avoir une visibilité claire de son planning pour gérer son temps et son efficacité.

Exercice : Organiser le suivi de son activité commerciale.

LES DATES

Nous contacter