

**Durée :** 1 jour.

**Public :**

Commercial sédentaire ou itinérant, ingénieur commercial, chargé(e) d'affaire. Dernière MAJ : Avril 2024

**Objectifs :**

Identifier les axes de développement commercial auprès de leurs clients existants. Elaborer un macro plan d'actions commerciales conforme aux axes identifiés.

**Pré-requis :**

Avoir des bases liées au commerce ou à la vente.

**Méthodes :**

Remise en question des schémas établis tant en management qu'en recherche de solutions commerciales pour : bousculer les certitudes des participants, explorer de nouvelles voies, constituer une nouvelle approche du cadre de référence des clients et des collaborateurs, faire bouger les lignes et ouvrir le champ des possibles, oser des axes de développement différents.

**Evaluation :**

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices, mise en situation et étude de cas. Le formateur remet en fin de formation une attestation avec les objectifs acquis ou non par le stagiaire. Dernière MAJ : Avril 2024

## Constitution des équipes autour d'une idée forte, le développement des clients existants

Constituer une équipe qui gagne  
La motivation pour être efficace  
Les objectifs, la stratégie, les outils pour les mettre en place

### Quels sont les axes de développement ?

Retour sur les basics, le client et ses besoins  
Notre offre aujourd'hui, par rapport aux besoins du client  
Développer l'écoute des besoins des clients, tous des acteurs  
Travailler notre créativité pour sortir des propositions déjà connues  
Présentation des axes en plénière  
Choix des axes

### Mettre en place un macro plan d'actions commerciales

Etablissement du plan d'actions en sous-groupe  
Un plan d'actions motivant  
Des objectifs à court, moyen et long terme  
Des acteurs pour le mener à bien  
Présentation en plénière