



LE CAMPUS
By CCI Nièvre

FORMATION & ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR

DURÉE ET DATES

2 JOURS - 14 HEURES

FORMATION SUR
MESURE

> DATES A DÉTERMINER

...

**PERFORMANCE
COMMERCIALE**



**GAGNER DE
NOUVEAUX
CLIENTS**



Contact Inscriptions

**Catherine
Guyon**

06.64.19.28.27
c.guyon@byccinievre.fr

TARIFS 2024

Sur mesure

NOUS CONSULTER

Le Campus by CCI Nièvre
74, Rue Faidherbe - 58000 NEVERS
E-mail : formation@byccinievre.fr
Site Internet : nievre.cci.fr



GAGNER DE NOUVEAUX CLIENTS

PUBLIC

Aux responsables et collaborateurs des services commerciaux ayant une première approche de la vente.

PRÉREQUIS

Cette formation ne nécessite aucun pré-requis particulier

OBJECTIFS

Maîtriser les méthodes de planification, de création des outils de communication.

Effectuer l'adéquation entre les outils de communication et la planification des actions commerciales.

Rentabiliser les investissements de communication.

Déroulement pédagogique

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Le stagiaire sera en mesure de :

- Adapter son argumentaire en fonction des besoins des clients
- Mettre en place les méthodes et outils de la pénétration commerciale
- Analyser et planifier ses actions en fonction de l'activité
- Établir son plan d'action

MÉTHODES ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Exposé et discussion

Étude et analyse de cas adaptés à l'entreprise

Élaboration d'outils (analyse, suivi, planification d'actions)

ANIMATEUR

Cette formation est assurée par un spécialiste du domaine avec une expérience significative en entreprise et de pédagogie en formation

Nos formateurs sont sélectionnés et référencés selon un processus Qualité

SUIVI ET ÉVALUATION

Une attestation d'assiduité, une copie de la feuille d'émargement, un questionnaire de satisfaction ainsi qu'un questionnaire d'auto-évaluation pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation sont remis aux stagiaires en fin de journée.

PROGRAMME

Faire le choix d'une communication commerciale

- évaluer et diagnostiquer les moyens internes et externes
- étudier son type de clientèle
- mesurer les habitudes d'achats
- les besoins, les motivations de l'acheteur

Les méthodes et les outils de la pénétration commerciale

- les moyens en marketing
 - construire un fichier
- panorama des outils du marketing direct
 - la télévente
 - la télé-prospection
 - le publipostage
 - les outils marketing de masse
- les grossistes et revendeurs

Planifier ses actions

- faire le choix des moyens d'actions et des moyens en marketing
- les bonnes et mauvaises périodes de ventes
- comment votre publicité doit couvrir votre territoire ?

Établir un plan d'action pour l'avenir

- adapter ses objectifs aux situations
- le plan pluriannuel de communication