

ORGANISER LA FONCTION COMMERCIALE ET COMMUNICATION

Valeur ajoutée	Les entreprises n'ont pas d'autre choix que de créer une véritable fonction commerciale et communication s'ils veulent se développer et faire face à la concurrence.
Objectifs	<ul style="list-style-type: none"> • Savoir organiser dans un premier temps la fonction communication • Dans un deuxième temps la fonction commerciale • Pour renouveler sa clientèle et développer son chiffre d'affaires
Durée	1 journée (7h)
Public	Dirigeants
Effectif	Groupes de 6 à 20 associés
Contenu	<ul style="list-style-type: none"> • Savoir présenter l'entreprise et ses produits/compétences. Structurer son offre • Les cibles de clientèle. Disposer d'un fichier renseigné • Organiser dans un premier temps la fonction communication • Comment concevoir son plan de communication et le mettre en œuvre • La professionnalisation du bouche à oreille • Organiser la fonction commerciale • Organiser les interactions entre la communication et le commercial • Les étapes du développement • Les moyens techniques • Les moyens humains • Le suivi de projet • L'entretien de vente et les objections. La concrétisation d'un contact. • Le rapport à l'argent • La valeur • Son plan d'actions • QCM de validation
Pédagogie	<p>Apports méthodologiques Exemples concrets Programme personnalisé de mise en œuvre Echanges de bonnes pratiques entre participants QCM de validation</p>
Prérequis	Aucun. Etre associé et avoir envie de consacrer du temps à l'organisation de son développement.
Formateurs	Nicole Coiffard
Tarif	1600 € HT. Frais de déplacement et d'hébergement en sus pour toute intervention en dehors de la région parisienne.