



LE MANAGEMENT DE LA FORCE DE VENTE : *Chapitre 1*



II. LE MANAGEMENT DE LA FORCE DE VENTE



Ecole de prévention
et de sécurité

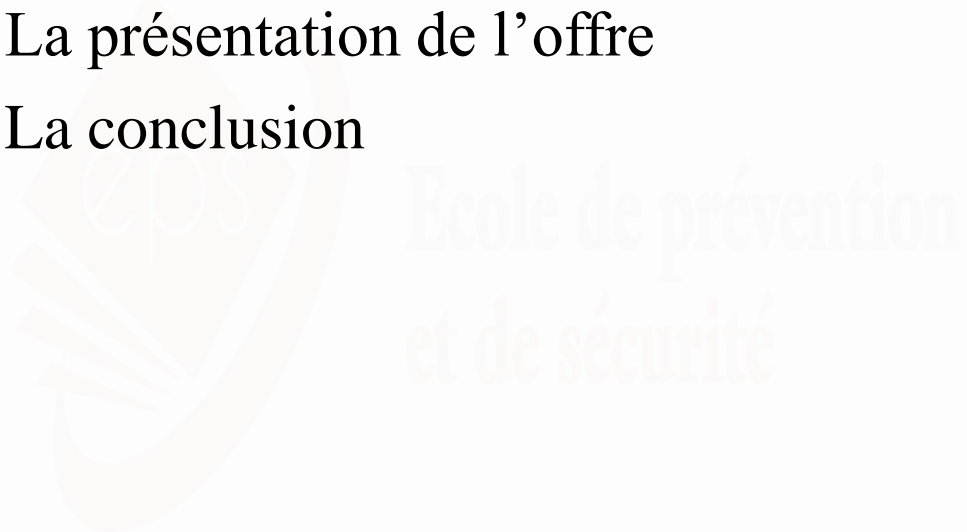
Programme

1. Les actions de communication et de prospection
 1. Connaître et utiliser les outils de communication et de relation client : la publicité directe
 2. Les supports de communication
 3. La prospection téléphonique
 4. La prospection terrain
2. Le plan d'action commercial
 1. Le principe du PAC
 2. PAC et plan marketing
 3. Les étapes de l'élaboration du PAC

Programme

3. La vente

1. Les étapes d'un entretien de vente
2. La préparation de l'entretien de vente
3. La prise de contact
4. La présentation de l'offre
5. La conclusion



Programme

4. Les techniques de négociation commerciales

1. Introduction : rappel de quelques mécanismes de communication
2. Pourquoi et comment négocier
3. Processus de la négociation
4. Préparation et planification
5. Étapes et tactiques de la négociation
6. Synthèse

Programme

5. La gestion du temps
 1. Qu'est ce que la gestion du temps
 2. Gérer les tensions et ne pas en générer
 3. Le comportement face au temps
 4. Gagner du temps



Ecole de prévention
et de sécurité