

**Durée :**

**2 jours (14 h.)**

**Les participants et leur pré-requis :**

Collaborateur sédentaire du service commercial en relation avec les commerciaux et les clients.

**Notre intervenant :**

Consultant en commercial directeur des ventes et commercial.

**L'organisation :**

**Lieu :** A déterminer Occitanie

**Dates :** à déterminer

**Horaires :** 08h30 17h00

**Coût par participant :**

**670 € HT  
(804 € TTC)**

**Renseignements et inscriptions :**

**Sabine ACCO**

**LES OBJECTIFS :**

- Clarifier le rôle et les missions de l'assistant(e) commercial(e).
- Acquérir des outils de gestion et de suivi de l'activité commerciale
- Organiser l'information pour la rendre utile.
- Appréhender les techniques de vente permettant de seconder efficacement l'équipe commerciale.

**NOTRE CHOIX PEDAGOGIQUE ET LES MODALITES D'EVALUATION:**

Pédagogie active : apports d'outils relayés par des exercices pratiques et études de cas.

Supports de cours.

Evaluation qualitative et quantitative effectuée par les participants en fin de formation

**LE CONTENU DE LA FORMATION :**

■ **L'assistant(e) Commercial (e)**

- Missions fondamentales et spécifiques.
- Un poste clé du service commercial : garant d'une communication interne et externe au service du client.

■ **Missions fondamentales**

- Outils nécessaires à l'activité commerciale :
- Fichier prospects/clients : un outil efficace pour l'ensemble du service.
- Devis, bon de commande, facture.
- Le courrier commercial : le rendre opérationnel et cohérent.
- Assurer le suivi de l'activité commerciale : Tenir le tableau de bord, suivre les indicateurs d'activité, alerter sur les écarts.
- Optimiser son rôle d'interface entre ses différents interlocuteurs.
- Collecter, diffuser, mémoriser des informations utiles.
- Qualifier et mettre à jour sur les bases de données clients.
- Sélectionner et diffuser des informations validées, complètes, synthétiques...
- Mener des actions de relance et de suivi.
- Transmettre des informations délicates aux clients : délais, paiement, réclamation...

■ **Missions connexes ou spécifiques**

- Prendre en charge les contacts téléphoniques : donner une

image communicante de son entreprise en émission et en réception d'appels, traiter les cas difficiles.

- Prendre une commande : bien connaître l'offre et les produits de l'entreprise, la vente additionnelle.
- Transformer chaque contact en opportunité de vente ou de rendez vous.
- Conclure de manière constructive et commerciale en valorisant la solution proposée.
- Organiser des réunions ou des manifestations.