

Opleiding : Analyseer en optimaliseer je klantenportfolio

Praktijkcursus - 2d - 14u00 - Ref. FEU

Prijs : 1280 € V.B.

Het implementeren van de strategie van je salesmanagement voor je eigen portfolio betekent dat je deze moet analyseren om prioriteiten te kunnen stellen. Deze cursus laat je zien hoe je stap voor stap je portfolio kunt ontwikkelen en beheren.

Pedagogische doelstellingen

Aan het einde van de training is de deelnemer in staat om:

- ✓ Segmenteer je portfolio en identificeer het potentieel van klanten en prospects
- ✓ Een momentopname maken van de portefeuille in termen van aantallen, volume en potentieel
- ✓ Doelstellingen vaststellen en commerciële prioriteiten bepalen
- ✓ Kwantitatieve en kwalitatieve bedrijfsdoelstellingen bepalen
- ✓ Het middenplan en het dashboard instellen

Doelgroep

Verkopers, technische verkopers, business engineers. Iedereen die betrokken is bij het ontwikkelen van verkoop in een B-to-B-omgeving.

Voorafgaande vereisten

Een voldoende groot zakenvolume en bestaande klanten hebben.

Praktische modaliteiten

Praktisch werk

Oefeningen waarmee elke deelnemer de analysematrix kan gebruiken om zijn eigen ontwikkelings- en organisatiestrategie op te stellen.

Leer methodes

Actieve en participatieve onderwijsmethoden. Afwisseling van theorie en praktijk met toepassing op de context en ervaring van de deelnemers.

DEELNEMERS

Verkopers, technische verkopers, business engineers. Iedereen die betrokken is bij het ontwikkelen van verkoop in een B-to-B-omgeving.

VOORAFGAANDE VEREISTEN

Een voldoende groot zakenvolume en bestaande klanten hebben.

VAARDIGHEDEN VAN DE CURSUSLEIDER

De deskundigen die de cursus leiden zijn specialisten op het betreffende vakgebied. Zij werden geselecteerd door onze pedagogische teams zowel om hun vakkennis als hun pedagogische vaardigheden voor elke cursus die zij geven. Zij hebben minstens vijf tot tien jaar ervaring in hun vakgebied en oefenen of oefenden verantwoordelijke bedrijfsfuncties uit.

BEOORDELINGSMODALITEITEN

De cursusleider beoordeelt de pedagogische vooruitgang van de deelnemer gedurende de gehele cursus aan de hand van meerkeuzevragen, praktijksituaties, praktische opdrachten, ...
De deelnemer legt ook van tevoren en naderhand een test af ter bevestiging van de verworven kennis.

Opleidingsprogramma

1 Inzicht in de fundamenteën van individuele verkoopprestaties

- Commerciële effectiviteit op korte en lange termijn.
- Verkoopprestaties beheren: organisatie en communicatie.
- De marketingpositie van zijn producten/diensten begrijpen.
- Houd een geschiedenis bij van je klanten en zakenrelaties.
- Wat zijn de verwachtingen van klanten?

Oefening

Subgroepoefening over klantverwachtingen.

2 Maak een momentopname van je klantenportfolio

- Tien stappen om je Sales Action Plan te ontwikkelen.
- Beoordeel je klantenportefeuille.
- Portfolio segmentatie, klanttoewijzing.
- Classificeer klanten op basis van hun potentieel.
- Mogelijkheden beoordelen.

Oefening

Maak een SWOT-analyse van je sector.

3 Uw prospectie- en loyaliteitsopbouwacties definiëren

- Kwalificatie op naam en totaalbeeld van de portfolio.
- Stel een feitelijke diagnose op van je portfolio.
- Werk aan je "kerndoelen".
- Bepaal je acties en prioriteiten.
- Ontwikkel een strategie voor klanten met een lage waarde.

Oefening

Analyse van de eigen portefeuille: definitie van acties en prioriteiten.

4 Je verkoopdoelen bereiken

- Toekomstgerichte verkoopdoelen stellen: belasting van het gebied.
- Stel kwalitatieve zakelijke doelen: het zakelijke potentieel van de verkoper.
- Gebruik argumenten voor verkoopontwikkeling.
- Gebruik loyaliteitshefbomen (telemarketing, e-mailen, enz.).
- Anticipeer op bezwaren, plan noodoplossingen.
- Bepaal een prijsstrategie en bereid tegenprestaties voor.

Oefening

Doelen bereiken en je werk organiseren.

5 Winstgevendheid verbeteren

- Implementatie van een plan om klanten te behouden, te ontwikkelen, te bedienen en te prospecteren.
- Dashboards instellen en gebruiken.
- Heb een duidelijk overzicht van je planning om je tijd en efficiëntie te beheren.

Oefening

Het organiseren van de opvolging van je verkoopactiviteiten.

PEDAGOGISCHE EN TECHNISCHE MIDDELEN

- De gebruikte pedagogische middelen en cursusmethoden zijn voornamelijk: audiovisuele hulpmiddelen, documentatie en cursusmateriaal, praktische oefeningen en correcties van de oefeningen voor praktijkstages, casestudies of reële voorbeelden voor de seminars.
- Na afloop van de stages of seminars verstrekt ORSYS de deelnemers een evaluatievragenlijst over de cursus die vervolgens door onze pedagogische teams wordt geanalyseerd.
- Na afloop van de cursus wordt een presentielijst per halve dag verstrekt, evenals een verklaring van de afronding van de cursus indien de stagiair alle sessies heeft bijgewoond.

TOEGANGSMODALITEITEN EN TERMIJNEN

De inschrijving dient 24 uur voor aanvang van de cursus plaatsgevonden te hebben.

TOEGANKELIJKHEID VOOR MINDERVALIDEN

Is voor u speciale toegankelijkheid vereist? Neem contact op met mevr. FOSSE, contactpersoon voor mindervaliden, via het adres psh-accueil@ORSYS.fr om uw verzoek en de haalbaarheid daarvan zo goed mogelijk te bestuderen.

