

Méthodes et Outils

Pédagogiques :

Méthode active avec cas pratiques et mises en situation. Outils pratiques pour une utilisation immédiate. Echanges et communication favorisés. Document de synthèse.

Possibilité d'accompagnement avant, pendant et/ou après la formation.

Durée de la formation/ modalités pédagogiques:

7h (1 jour), en présentiel ou à distance, intra ou inter entreprise. jusqu'à 8 participants.

Formatrice:

Stella CAPDEVIELLE

15 ans d'expériences en relation client, fonction commerciale et management,

Certificat de Formateur Double Compétences

Contexte:

La crise sanitaire que nous vivons est une réelle catastrophe pour toutes les entreprises de France. Comment sauver son activité dans la tourmente et surtout se préparer à l'avenir? Cette formation vous permet d'acquérir une méthodologie afin de vous aider à perdre le moins d'argent possible pendant la COVID-19 et surtout prévoir l'avenir dans les meilleures conditions afin d'optimiser vos ventes.

Public visé

Tout chef d'entreprise ou collaborateur impacté par la crise sanitaire du COVID-19.

Pré-requis

Etre impliqué dans la gestion et la commercialisation de son établissement.

Objectifs pédagogiques:

- Je fais le point sur ma situation économique actuelle
- Je mets en place les actions pour sauver les meubles
- Je réfléchis à mon panel d'offres actuel et je mets l'accent sur celles qui seront indispensables à mes clients demain.
- Je liste les différentes actions commerciales et de communication que je dois mettre en place pour développer ses offres.
- Je mets en place un plan d'actions cohérent et concret qui me permettra d'attirer les clients après la crise, en fonction de mes ressources et de mon temps disponible
- Je mets en place des outils de mesure de performance de ces actions

Programme:

I Analyse de la situation économique actuelle et solutions d'urgences

- ma trésorerie, mes dettes fournisseurs, mon CA prévisionnel en portefeuille des jours à venir
- mes charges fixes et variables
- mes dettes clients
- les actions à faire au plus vite pour sauver un maximum de trésorerie et/ou ne pas m'endetter
- les solutions aides de l'état pour m'aider si nécessaires et éviter de mettre la clé sous la porte

II Anticiper le jour d'après

- qui sont mes clients? quels sont leurs besoins de demain? quelle est mon offre?
- quelles sont les ressources dont je dispose pour développer mon offre: techniques, humaines, financières?
- quels sont mes outils de communication actuels?
- quelles sont les actions commerciales que je peux mettre en place pour développer mes ventes de demain--vers le plan d'actions

III La performances des actions

- les indicateurs pour mesurer mes actions et la pertinence de mon offre par rapport aux attentes de mes clients

