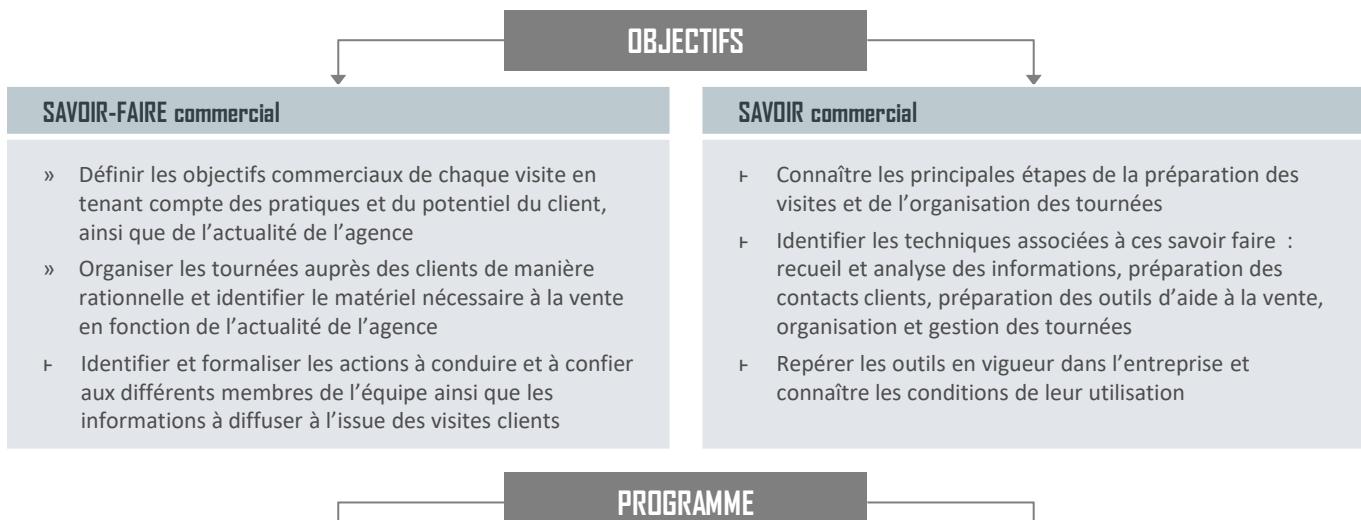


13 - 21

## ORGANISER SA TOURNÉE ET PRÉPARER SES VISITES

PUBLIC	PRÉREQUIS	DURÉE	NIVEAU spécialisation 2
Commercial externe / A.T.C	Posséder les bases de la vente en visite client	2 jours / 14 heures	Approfondissement Acquisition d'une maîtrise



PRÉPARER SES VISITES	
Le recueil et l'analyse : des informations	les outils de gestion et de suivi des infos clients/prospects sont à jour : <i>fichiers clients/prospects, tableaux de bords, comptes-rendus de visite</i> les informations clés sur le client à visiter sont recueillies et analysées : <i>CA, chantiers en cours, concurrence, engagements, encours, litiges ses pratiques et comportements d'achat, ses projets ...</i> les actualités de l'agence sont relevées : <i>promotions et actions en cours, évolution de l'offre produits/services, recouvrement client...</i>
La préparation du contact client :	les points clés de la visite sont définis et hiérarchisés les informations à transmettre et à obtenir sont listées la présentation de l'entreprise, de ses ressources produits et services, de ses atouts et des offres promotionnelles est formalisée les offres et argumentaires sont préparés, les objections anticipées le mode de prise de contact est défini : <i>visite, téléphone, avec fournisseur...</i>
La préparation des outils : d'aide à la vente	les outils nécessaires à la réussite de la visite sont répertoriés : <i>catalogues, échantillons, fiches techniques, devis en cours, ordinateur, dossier client...</i>



ORGANISER SA TOURNÉE	
La définition de la fréquence : des visites	la fréquence des visites est établie pour chaque client /prospect la nature des visites, la qualité , le potentiel, le profil et les pratiques des clients/prospects sont pris en compte
La préparation de la tournée :	la clientèle à visiter est géolocalisée sur le secteur à développer la tournée est définie selon la fréquence des visites, les distances entre clients, le circuit, la durée des visites et les objectifs fixés en cas d'annulation d'un RDV, les clients à visiter sont repérés
L'utilisation des outils adaptés :	les outils en vigueur dans l'entreprise sont identifiés : logiciel d'organisation et d'optimisation des tournées, tableau de bord . leur utilisation est maîtrisée



Outils	Méthodes	Pédagogie active et participative : exposés, synthèses, quizz, exercices, analyses Livret formation - Évaluation des acquis : quizz, exercices - Évaluation de la formation « à chaud »
--------	----------	--