



LA FONCTION D'ASSISTANTE COMMERCIALE



1 / 2

Soyez acteur de votre parcours de formation et passez à l'action !



Objectifs

A l'issue de cette formation, le participant sera capable de :

- Gérer les relations clients,
- Piloter l'activité commerciale
- Gérer ses priorités.

Méthodes pédagogiques et modalités d'évaluation

La pédagogie est basée sur le principe de la dynamique de groupe avec alternance d'apports théoriques, de phases de réflexion et de confrontation d'expériences.

Des exercices pratiques accompagnent les apports théoriques et permettent un entraînement concret.

Programme

1. La relation Commerciale

- Gestion de la relation Clients: prendre en compte les besoins et attentes des interlocuteurs,
- Répondre aux appels téléphoniques et renseigner les clients sur le catalogue,
- Procéder au suivi commercial (relance de devis, relance de préinscriptions, d'annulations etc...),
- Vendre ou conseiller par téléphone,
- Prospection téléphonique,



Durée de formation

2



Public

Assistante, secrétaire et personnel administratif



Prérequis

Aucun pré-requis



Niveau / Certification Obtenue

Attestation de formation



Type de formation / stage

Intra/Inter/ Accompagnement individuel



LA FONCTION D'ASSISTANTE COMMERCIALE



2 / 2

- L'entretien en face à face,
- Gérer les situations délicates avec professionnalisme.

2. La Gestion administrative

- Procéder au suivi administratif (devis, facture, convention de formation etc.),
- Classement, archivage,
- Rédiger des e-mails, courriers ou notes : structurer le contenu et aller à l'essentiel,
- Rendre ses écrits attractifs et faciles à lire.

3. Gérer les priorités et tenir les délais

- Concilier et hiérarchiser ses priorités,
- Pratiquer le questionnement systématique et hiérarchiser les demandes en fonction de l'importance et de l'urgence,
- Anticiper et planifier les activités dans le temps,
- Utiliser des outils pratiques de suivi et de relance.

4. Aide au pilotage de l'efficacité commerciale

- Identifier les indicateurs utiles,
- Tenue des tableaux de bord,
- Plan d'actions commerciales,
- Compte-rendu à sa hiérarchie.

5. Animation d'équipe et lien avec l'équipe commerciale

6. Promouvoir l'image de l'entreprise et du service