

« PILOTER LA PROSPECTION COMMERCIALE GRACE A LA CRM DU LOGICIEL OPAL »

1,5 JOURS / 10,50 HEURES / INTRA

Objectif général

Cette formation permet à une TPE/PME de gérer et de piloter efficacement le suivi et développement de sa prospection commerciale au quotidien par l'utilisation de la CRM du logiciel OPAL TPE ou OPAL BAT et de faire des analyses à posteriori.

Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

1. Paramétrer la CRM adaptée au contexte de l'activité de l'entreprise
2. Intégrer un devis et suivre l'opportunité commerciale
3. Utiliser les outils d'analyse commerciale de la CRM

Public

- Dirigeants de TPE/PME
- Toute personne en charge de l'activité commerciale d'une TPE/PME
- Secrétaire, Assistant / assistante
- Tout public

Prérequis

- **Connaissances de base des outils bureautiques classiques Word, Excel**
Si ce prérequis est absent, le programme et les contenus de formation pourront être identiques mais la durée totale ajustée

Concernant le matériel informatique :

- La possession d'un ordinateur récent est indispensable pour la mise en pratique des connaissances acquises durant cette formation.
- L'ordinateur devra fonctionner sous système d'exploitation Windows (7, 8 ou 10). La mémoire vive sera d'au-moins 2 Go, un espace disponible sur le disque dur de 200 Mo est nécessaire, ainsi qu'une imprimante. L'utilisation d'un ordinateur de marque Apple sera possible sous réserve que celui-ci fonctionne sous système d'exploitation OS 10 minimum avec un émulateur Windows (de préférence émulateur de marque PARALLEL). Cet émulateur devra être à jour.
- Le module CRM et le module GESTION du logiciel OPAL TPE ou OPAL BAT devront être installés sur chaque poste utilisateur avant démarrage de la formation.

Durée

- 1,5 jour soit 10,50 heures (Les 3 demi-journées sont envisagées dans le délai d'un mois)

Programme

DEMI-JOURNEE 1 : DECOUVRIR LE MENU DE LA CRM ET LES NOTIONS CLÉS D'INGENIERIE COMMERCIALE - REALISER LES PARAMETRAGES OBLIGATOIRES LA CRM

Module 1 : Se familiariser avec des notions clés d'ingénierie commerciale en vue de paramétrer le CRM

- Connaître les éléments constitutifs indispensables d'un environnement commercial :
 - Le type d'opportunités (produits et solutions)
 - Les domaines d'activités stratégiques (DAS)
 - Le segment de marchés (types et découpages possibles)
 - Les types de prospects/clients
 - L'origine du prospect/client (canaux)
 - La saisonnalité : dans quels intérêts commerciaux ?
 - Les canaux de distribution
- Définir ces éléments constitutifs propres au marché de votre l'entreprise
- Définir et connaître son cycle de vente : quelles sont les étapes du processus de vente de l'entreprise ?

Module 2 : Paramétrer la CRM, créer et suivre les fiches prospects et les opportunités commerciales

- Paramétrer la CRM
 - Réaliser les paramétrages nécessaires à l'utilisation du CRM (segments de marché, origine prospect, types opportunités, Phases opportunités, Motifs pertes, types tâches, DAS (domaine d'activité stratégique)
 - Définir les différentes phases d'avancement de la prospection commerciale et les % liés
 - Paramétrer les phases d'avancement d'opportunités commerciales dans l'outil
- Revoir la création et modification d'une fiche prospect/client
- Distinguer une fiche prospect et une fiche client
- Créer et suivre une opportunité commerciale
 - Rappel : qu'est-ce qu'une opportunité ?
 - Objectifs et utilité de l'opportunité
 - Création d'une opportunité
 - Modification d'une opportunité
 - Les différentes phases d'avancement d'une opportunité commerciale

DEMI-JOURNEE 2 : CREER ET INTEGRER DES DEVIS DANS UNE OPPORTUNITE COMMERCIALE- GERER LE SUIVI DES DEVIS ET GERER LES AVANCEMENTS DES OPPORTUNITES

Module 3 : Créer et modifier des devis et les intégrer dans une opportunité commerciale

- Créer un devis et le rattacher à une opportunité
- Modifier un devis dans une opportunité commerciale
- Utiliser les différentes formes d'impression d'un devis
- Gérer la fonction d'envoi par mail des devis

Module 4 : Suivi des devis, des opportunités et des actions commerciales

- Gérer le suivi des états devis
- Faire progresser l'opportunité commerciale en fonction de l'état du devis
- Gestion d'une tâche et création de rappels d'actions à mener
 - Créer les tâches liées à une opportunité commerciale
 - Créer des tâches non rattachées à une opportunité
- Synchronisation CRM et agenda Google

DEMI-JOURNEE 3 : FAIRE DES ANALYSES

Module 5 : Utiliser les outils d'analyse de la CRM

- Analyser la prospection en cours :
 - Analyser le « pipe » commercial en cours et en déduire les prochaines actions à mener
 - Analyser les opportunités par types de prospect
 - Identifier et analyser par quels canaux les prospects sont arrivés et ajuster sa stratégie de prospection en conséquence
- Analyser les motifs de pertes des opportunités et ajuster sa stratégie commerciale en conséquence

Module 6 : Mise en application

- A partir d'un cas concret apporté par le participant, créer une opportunité, les actions commerciales à mener, créer le devis

Modalités pédagogiques

Face à face pédagogique à 100%

Travail individuel avec préparation d'éléments propres à l'activité du participant

Outils pédagogiques : Slides et logiciel OPAL installé au préalable sur le poste du stagiaire lui permettant de

Méthodes pédagogiques : démonstratives à 25% et participatives à 75%

Modalités d'évaluation

Mises en situation concrètes en cours de formation et en fin de formation

Questionnaire d'auto-évaluation initiale et finale

Sanction de la formation

A l'issue de la formation, le participant reçoit une attestation.

Contact : Nathalie LETILLEUL – 06.58.00.99.56. – n.letilleul@tandem-gestion.fr

Tarifs

- Tarif INTRA : 1 000 € net de taxes - Tarif standard donné à titre indicatif – Le contenu du programme, la durée et le tarif sont adaptés en fonction de vos spécificités, vos attentes et vos objectifs.
- Ces prix ne comprennent pas les repas et hébergements éventuels qui restent à la charge des participants.