

GERER ET OPTIMISER SON PORTEFEUILLE CLIENTS

(Scoring de portefeuille)

◆ **Personnes concernées**

- ✓ Commerciaux
- ✓ Ingénieurs commerciaux
- ✓ Technico-commerciaux
- ✓ Responsables grands comptes et comptes clés

◆ **Objectifs :**

- ✓ Augmenter son efficacité commerciale par une gestion optimale du portefeuille clients
- ✓ Rationaliser l'effort commercial à fournir par client
- ✓ Gérer son portefeuille avec le maximum d'efficacité et de rentabilité
- ✓ Répartir de manière optimum son action commerciale entre clients et prospects.
- ✓ Maîtriser et utiliser les méthodes simples pour analyser et piloter son action commerciale.

◆ **Contenu :**

- ✓ La mesure du temps disponible pour l'action dans une année donnée.
- ✓ Répartition du temps disponible entre suivi clientèle et prospection et affectation d'un nombre de jours traduits en équivalent visites.
- ✓ La fiche client et les informations indispensables (potentiels).
- ✓ La segmentation du portefeuille A / B / C en fonction du volume d'affaires réalisé :
 - Loi de Pareto.
 - Portefeuilles idéaux.
 - Analyse des écarts et actions correctives.
- ✓ Le potentiel client / prospect :
 - La répartition des 3 tiers (Haut / Moyen / Bas).
 - Le constat des seuils.
- ✓ La gestion du portefeuille clients / prospects en plateforme par le croisement du potentiel et de la segmentation : notions de comptes stratégiques, grands comptes, comptes à fidéliser, comptes à développer, comptes à prospecter.
- ✓ La typologie de la clientèle et les attentes respectives de chacun des 4 grands types.
- ✓ Etablissement d'un scoring pour les 3 éléments à croiser :
 - Potentiel (H / M / B), volume d'affaires (A/B/C) et typologie.
- ✓ Construction d'un plan d'action commercial avec un nombre de visites à prévoir sur l'année.

◆ **Durée :**

- ✓ 2 jours par groupe de 8 personnes maximum