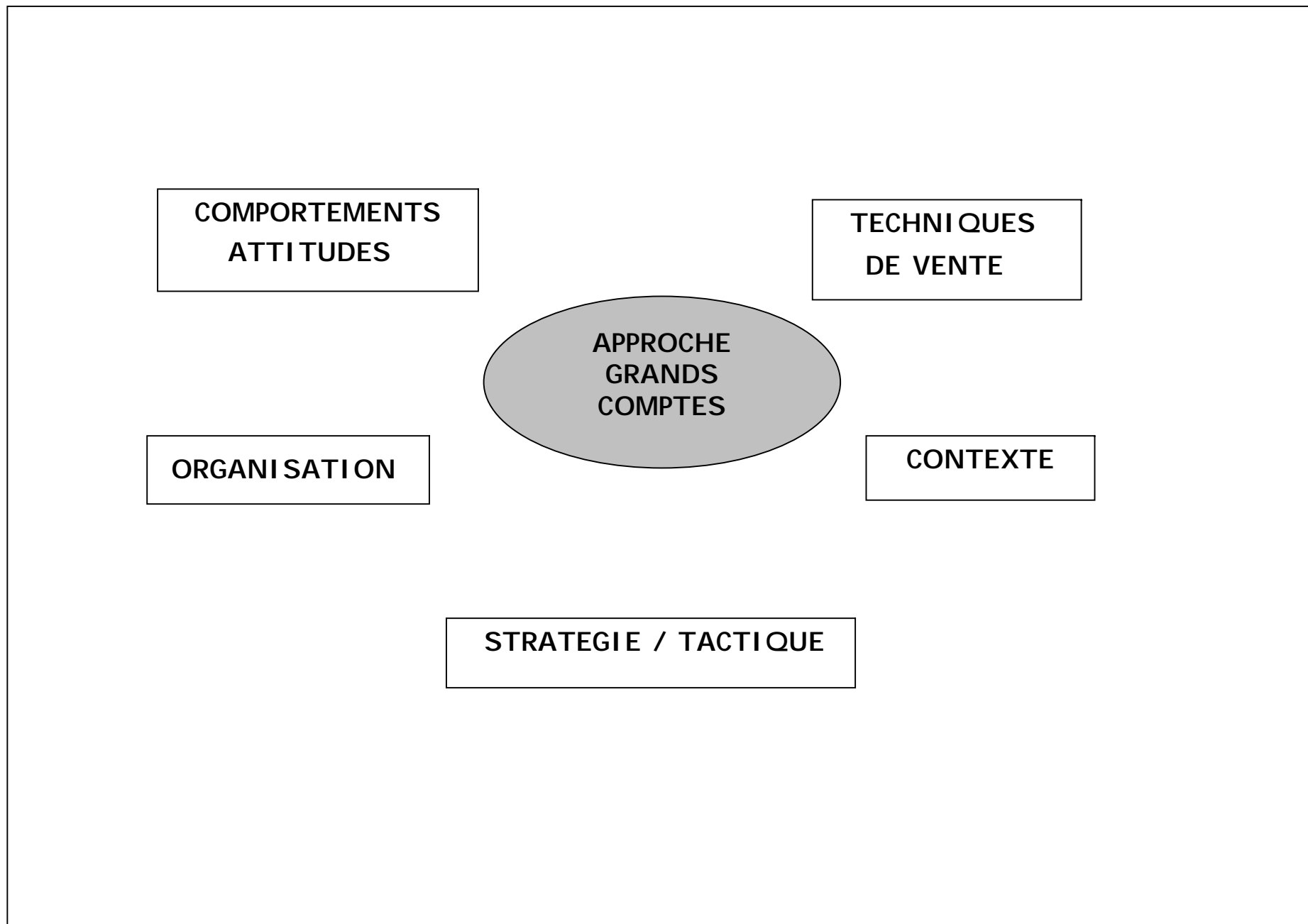


LES GRANDS COMPTES,

**Quelles sont leurs logiques d'achat ?
Comment leur vendre quand on est une PME ?**

mardi 19 juin 2007

Présenté par Gilles LEMONNYER,
consultant et intervenant à Négocia, une école de la CCIP
glemonnyer@hotmail.com, 06 60 235 335

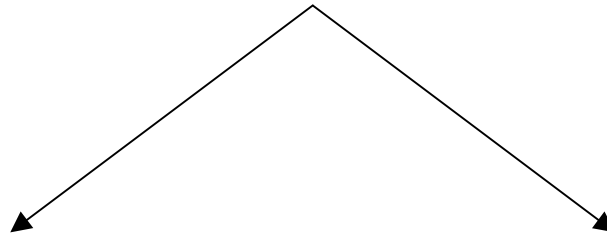


NECESSITE DE SE STRUCTURER :

LE PLAN D' ACTION COMMERCIAL

LE P. A. C.

ANALYSER ET INTEGRER L' ENVIRONNEMENT

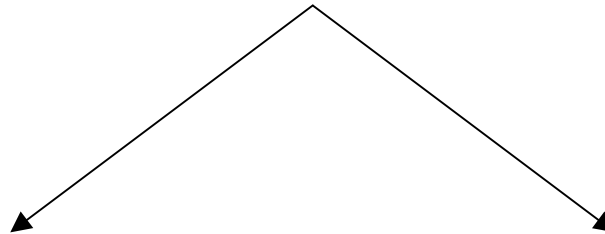


LA CONCURRENCE

L' ECONOMIE

LE P. A. C.

CONNAITRE SES CLIENTS / PROSPECTS

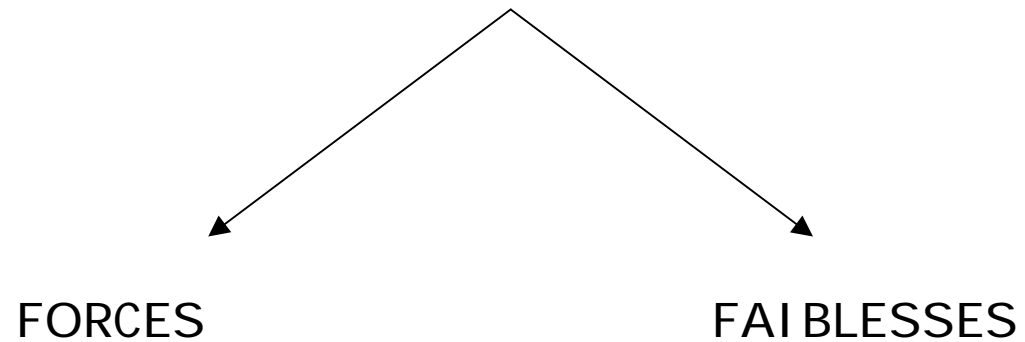


IDENTIFICATION
DES ATTENTES
LE Q. C. D. P.

ORGANIGRAMME
SOCI OGRAMME

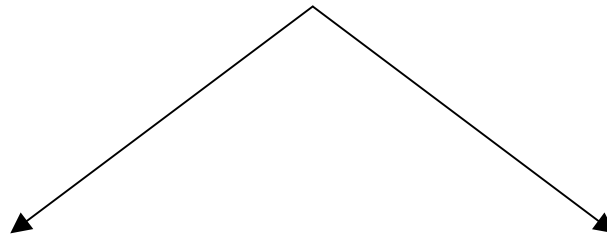
LE P. A. C.

CONSTITUER SON OFFRE
LE S. W. O. T.



LE P. A. C.

ADAPTER SON LANGAGE

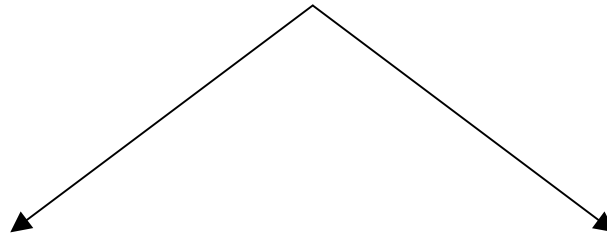


LE C. A. B.

L' ARGUMENTAIRE

LE P. A. C.

DECIDER D'UNE STRATEGIE DES MOYENS

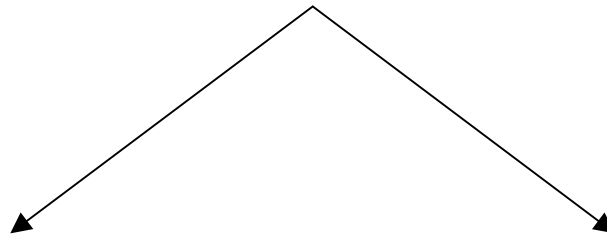


ETAPES DE CONTROLE

Q. F. Q. Q.

LE P. A. C.

SE CREDIBILISER



LE BENCHMARKING

LE RETOUR D' EXPERIENCE