

Le mot Crise en chinois

(危机 wéi jī)



=



危險 wéi xiǎn
DANGER

+

机会 jī huì
OPPORTUNITE

Soyons pragmatiques :

Pendant quelques mois,

- **On perd :**
 - Le contact physique avec le client, le côté impersonnel, émotionnel de la vente
 - Avec la crise du COVID, cela change brutalement le mix des moyens pour prospection, négocier (pas de visites physiques missions, réceptions, pas de salon)
- **On gagne :**
 - **du temps, énormément de temps.**
 - de la proximité avec les assistantes, les équipes support, les équipes experts

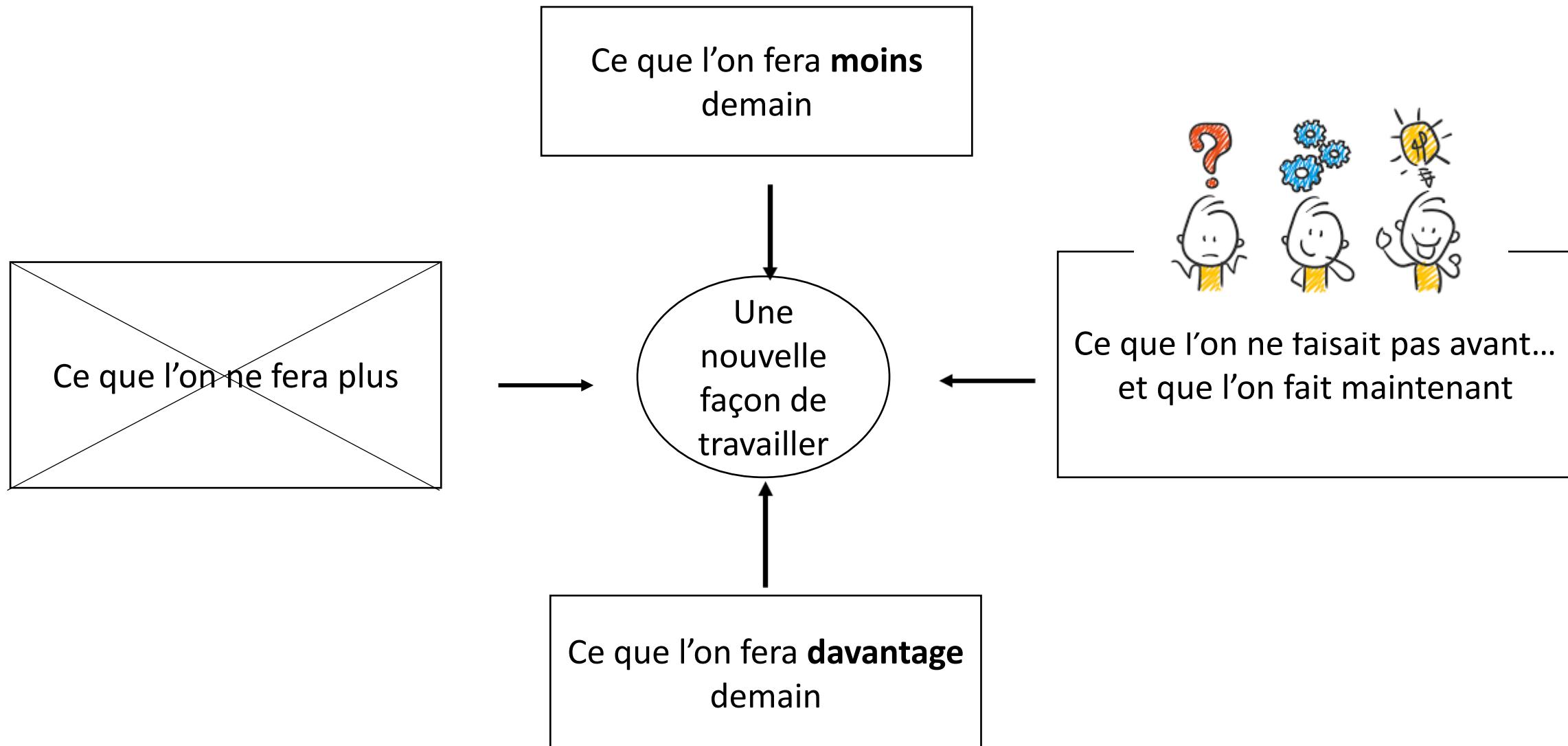
C'est l'opportunité pour :

- Faire des choses que l'on a moins le temps de faire en temps “normal”.
- Se donner des objectifs, de manière structurée.

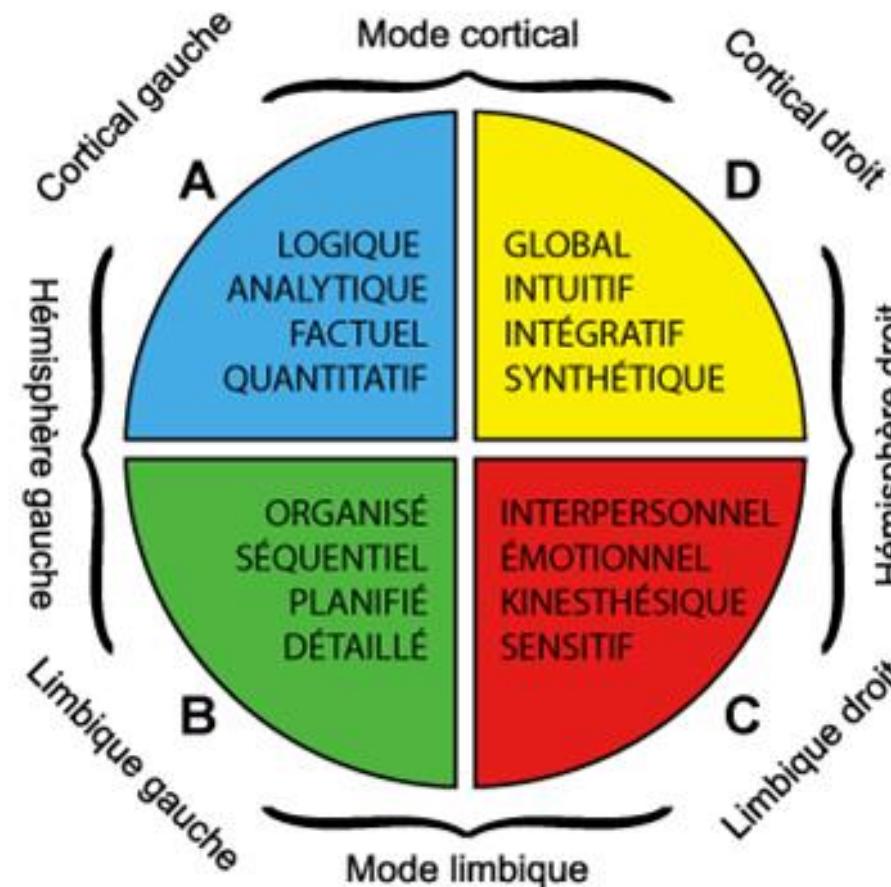
Ex : approfondir les outils internes :

- book pays ... client... concurrents
- argumentaire produits
- revisiter la gamme (produits * services)
- préparation d'un séminaire en interne, d'un grand oral, etc.

Grille des actions



Prendre en compte les préférences cérébrales dans la communication



C'est aussi l'opportunité d'améliorer l'organisation... ... et de rédéfinir les critères de recrutement

- Savoirs et connaissances
- Savoir-faire
- Savoir-être

... et élargir les recrutements à des personnes peut-être moins mobile mais tout aussi compétentes (on s'est rendu compte que celà marche...)

OFFRE spéciale « forces commerciales bloquées au sol »

- Une journée de diagnostic et d'élaboration d'une feuille de route
- Un accompagnement sur mesure en fonction des besoins pour mettre en **F.O.R.M.E.** vos équipes dans le nouveau contexte
 - Formation
 - Outils
 - Reporting
 - Motivation
 - Entrainement

Mission de CAPFOR :

“Adapter les ressources humaines de manière qualitative et quantitative...
...au projet de l’entreprise”

Contactez moi :

Maurice MAGUEUR 莫少阳

06 29 16 34 03

magueur.maurice@outlook.fr