

Développer sa stratégie commerciale

Cours Pratique de 2 jours - 14h

Réf : ATT - Prix 2024 : 1 450€ HT

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de concevoir et déployer sa stratégie commerciale.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Analyser son offre, son potentiel et son caractère innovant

Analyser son portefeuille clients et prospects

Construire une stratégie commerciale et la décliner en plan d'actions

Définir et choisir les outils adaptés

Suivre et faire évoluer sa stratégie

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

En complément de cette formation, ORSYS met à disposition des adhérents Atlas des modules de Mobile Learning. Ils seront disponibles 7 jours avant la formation et pendant 30 jours après la formation.

TRAVAUX PRATIQUES

Ateliers pratiques permettant de mener des réflexions collectives et individuelles, d'aborder de nouvelles pratiques et construire sa boîte à outils.

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 10/2022

1) Analyser son environnement

- Evaluer les forces et faiblesses des ressources de l'entreprise : les outils de diagnostic interne.
- Identifier les opportunités et menaces : les outils de diagnostic externe.
- Evaluer son positionnement concurrentiel : les outils d'analyse.
- Réaliser une segmentation de marché efficace : la démarche.

Exercice : Réalisation d'un SWOT et utilisation d'un outil d'aide à la décision.

2) Analyser son périmètre de vente

- Analyser son portefeuille clients et son portefeuille produits : matrice ABC.
- Déterminer ses couples clients/produits.
- Construire la matrice SWOT de son périmètre de vente.

Travaux pratiques : Chaque participant réalise la matrice SWOT de son périmètre de vente et construit son tableau de segmentation clients/produits.

3) Définir sa stratégie et construire son plan d'action commercial

- Faire le diagnostic des compétences de l'équipe commerciale.
- Intégrer les composantes du mix marketing : offre produit, politique de prix, de distribution, de promotion.
- Fixer les objectifs : mettre en place le management par objectifs.
- Décliner les objectifs en plan d'action commercial : prospection, fidélisation, actions internes, animation des commerciaux.

FINANCEMENT

Ce cours fait partie des actions collectives Atlas.

PARTICIPANTS

Responsables commerciaux, commerciaux.

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupé ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- Identifier les outils clés pour la mise en œuvre du plan d'action commercial.

Travaux pratiques : Réalisation individuelle du mix marketing. Groupe de réflexion et session créative pour développer les projets stratégiques. Construction par chaque participant de son PAC.

4) Piloter et suivre l'activité commerciale

- Piloter avec le tableau de bord : outil de prise de décision et de suivi.

- Définir des indicateurs de performance (KPI).

- Synchroniser les actions commerciales et marketing.

- Suivre son équipe et piloter les actions commerciales : accompagnement, priorisation des actions, analyse du temps commercial productif.

Travaux pratiques : Chaque participant construit un tableau de bord de suivi commercial.

LES DATES

CLASSE À DISTANCE

2024 : 11 juil., 07 oct., 19 déc.

PARIS

2024 : 04 juil., 30 sept., 12 déc.

LYON

2024 : 07 oct.

AIX-EN-PROVENCE

2024 : 07 oct.

BORDEAUX

2024 : 11 juil.

CLERMONT-FERRAND

2024 : 11 juil.

DIJON

2024 : 11 juil.

GRENOBLE

2024 : 11 juil.

LILLE

2024 : 07 oct.

MONTPELLIER

2024 : 11 juil.

NANCY

2024 : 11 juil.

ORLÉANS

2024 : 04 juil.

NANTES

2024 : 07 oct.

RENNES

2024 : 11 juil.

BREST

2024 : 11 juil.

MARSEILLE

2024 : 11 juil.

AVIGNON

2024 : 11 juil.

SOPHIA-ANTIPOLIS

2024 : 11 juil.

STRASBOURG

2024 : 11 juil.

TOULOUSE

2024 : 07 oct.