



Élaborer une stratégie commerciale et marketing efficace

OU

Donner du sens et de la force aux actions de l'entreprise sur ses marchés et auprès de ses clients

Toute entreprise, quelles que soient sa taille et les ressources dont elle dispose, évolue sur un ou plusieurs marchés où elle est confrontée à une concurrence parfois très importante.

La stratégie commerciale et marketing d'une entreprise lui permet de décider en conscience, auprès de quel(s) marché(s) et quel(s) client(s) elle va allouer de façon prioritaire les ressources annuelles qu'elle peut mobiliser.

Pour être efficace, cette stratégie commerciale et marketing annuelle doit s'inscrire dans un plan à plus long terme, structuré par la Politique Commerciale et les Axes Marketing de l'entreprise.

PUBLIC CONCERNE

- Dirigeants, responsables Commerciaux ou Marketing désireux de structurer et rendre plus efficace le développement de leur entreprise sur les marchés cibles et auprès des clients potentiels.
- Pas de prérequis exigé.

ANIMATION

- **Philippe DUVOCELLE**
Consultant, formateur et coach, expert en Négociations Commerciales.
- **Ingrid BARTHOD**
Consultante et formatrice, experte en commerce et distribution.

METHODES et OUTILS.

- Nombre de participants limité à 10 pour une plus grande interactivité.
- Support de présentation remis aux participants.
- Nombreux exercices pratiques.
- Évaluation continue au travers des interactions individuelles et collectives et des ateliers.

DUREE & DATES

- 2 jours, soit 14 heures, de 9h00 à 17h30.
- Inter : les 12 et 13 juin 2019 à Paris
+ en option : 2 x 1 heure à planifier après la formation pour aider à la mise en œuvre des plans d'action.

LIEU

- Inter : Paris
- Intra : au choix de l'entreprise

COUT

- 1.600 € HT / participant, déjeuner inclus (+ 600 € HT / pers. pour les 2 heures de coaching individuel)
- Intra : 9.500 € HT, hors frais de déplacements de restauration et d'hébergement.
- Cette formation donne lieu à une convention et peut être prise en charge par votre OPCA.



OBJECTIFS

- Élaborer et formaliser la Politique Commerciale et les Axes Marketing de son entreprise pour les 3 à 5 prochaines années.
- Mobiliser la connaissance client et la partager.
- Identifier les actions commerciales et marketing prioritaires pour l'année à venir.
- Soutenir et orienter l'activité commerciale.
- Savoir saisir les opportunités commerciales avec

PROGRAMME DE LA FORMATION

BIEN CONNAITRE SES CONSOMMATEURS POUR DEVELOPPER UNE BONNE VISION DU MARCHE :

- Développer la connaissance de ses consommateurs.
- Écouter les consommateurs sans leur abandonner le pouvoir de décision.

Atelier : Qui sont vos consommateurs ? Actualisation et diffusion de cette connaissance.

LA POLITIQUE COMMERCIALE : LE SOCLE DE VOS ACTIONS :

- Les éléments de la politique commerciale.

Atelier : quels sont les éléments structurants de votre politique commerciale ?

MESURER SES PERFORMANCES :

- Élaborer son diagramme Force Faiblesse Opportunités Menaces (Swot).

ÉLABORER SON PLAN D'ACTION MARKETING :

- Se poser les bonnes questions
 - Déterminer ses axes stratégiques
- Atelier : Etablir son plan annuel : Les 7 P
- Préparer les argumentaires commerciaux

ÉLABORER SON PLAN D'ACTION COMMERCIAL :

- Objectifs par cible / Calendrier / Rendez-vous de revue

BILAN ET PLAN D'ACTION INDIVIDUEL :

- Bilan des apprentissages et plans d'action personnels
- Bilan de la formation

OPTION : COACHING INDIVIDUEL

- 2 x 1 heure à planifier après la formation pour aider à la mise en œuvre des plans d'action