

Programme complet

1. Étude approfondie de votre environnement

- Étude de marché : mise en œuvre, outils
- Matrices Pestel et Swot
- Environnement concurrentiel : offres et positionnements
- Tendances et conjoncture
- Synthèse des données collectées et analyse

2. Identification de vos cibles commerciales

- Positionner son offre
- Segmentation et ciblage
- Construire son Lean Canvas

3. Utilisation du mix-marketing

- Rappel du concept 5P
- Concevoir et orienter la politique de l'organisation
- La proposition de valeur
- La définition des personas

4. Définition des objectifs

- Méthode SMART
- Le reporting et l'analyse : KPI, graphiques
- Planification des ventes et CA prévisionnel

5. Choix des outils de l'approche client et prospect

- Les méthodes de vente : Écoute, CAP, Soncas,...
- Identifier et contrer les objections
- Scénarios de vente
- Supports marketing et communication : information, promotion, médias,...

6. Suivi du processus de vente

- Rappel du processus d'acte d'achat
- Choix d'un outil CRM
- Les objectifs des commerciaux
- Le traitement des réclamations
- Les remontées terrain
- L'ajustement de la stratégie

Objectifs pédagogiques

Comprendre et analyser la démarche marketing stratégique

- Prendre en compte les objectifs de l'entreprise : activités, résultats, ressources, organisation...
- Appréhender le diagnostic interne : forces /faiblesses.
- Utiliser les études de marché et l'étude de la concurrence.
- Clarifier ou faire évoluer le positionnement concurrentiel.
- Déterminer une segmentation efficace grâce à l'étude des besoins et motivations.

Public concerné

Tout Ppublics, Responsables commerciaux ou marketing, managers commerciaux, chefs de marché, responsables de centre de profit.

Pré-requis

Aucune connaissance particulière

Durée

16h00

Moyens Pédagogiques

Travaux pratiques

- Etude de cas, ateliers et échanges de réflexion stratégique, étude d'un Plan d'Actions Commerciales.

Méthodes pédagogiques

- Apports théoriques, ateliers et échanges suivis d'une analyse et retours du formateur, construction progressive d'outils directement opérationnels.

Evaluation du contrôle des connaissances

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

Mode de validation de la formation

Attestation de formation.