

## ***Définir son organisation commerciale, prospecter et fidéliser sa clientèle***

### **OBJECTIFS**

Elaborer sa stratégie, clarifier son positionnement et structurer son offre

Acquérir méthodes et outils pour bâtir et mettre en œuvre son plan d'action marketing et commercial

### **PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉREQUIS**

Artisans, commerçants, chefs d'entreprises, dirigeants, conjoints, collaborateurs et salariés.

### **CONTENU DE LA FORMATION**

1 - analyser les pratiques actuelles et recueillir les attentes des stagiaires

Echange sur les difficultés rencontrées et les attentes vis-à-vis de la formation

2. La fonction commerciale : enjeux, définitions, évolutions

La place de la fonction commerciale dans l'entreprise

La démarche commerciale : de la stratégie à l'opérationnel

Définitions : Besoin, Marché, Produit, Segment etc.

Les concepts : veille concurrentielle, Gestion de la relation Clients, l'e-Marketing

3. Réaliser le diagnostic marketing et commercial

Clarifier sa proposition de valeur pour son client

Analyser l'offre : les couples produits / marché

Segmenter sa clientèle et analyser son patrimoine commercial

Comprendre ses facteurs clés de succès et les zones de création de valeurs pour pouvoir les répéter

Evaluer ses critères de différenciation pour affiner ses argumentaires en fonction de ses cibles

4. Mettre en place une politique marketing efficace

Bien construire ses mailings, tracts et autres supports

Choisir le bon canal de communication en fonction de sa cible

Le marketing relationnel et les réseaux : comment utiliser les prescripteurs

Les trucs simples pour avoir un site internet efficace

Avoir un fichier clients et prospect utilisable

Analyser des exemples de succès et d'échec marketing

5. Le plan d'action commercial

Traduire le positionnement et les orientations Marketing en objectifs et actions commerciales concrètes

Mettre en place ou perfectionner son processus commercial : du premier contact jusqu'à la vente

Mettre en place des outils accélérateurs de vente

## ***Définir son organisation commerciale, prospector et fidéliser sa clientèle***

Mesurer les résultats et mobiliser les équipes

### **MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES**

Une place importante est réservée aux cas pratiques.

Vous travaillez sur votre situation et celle de votre entreprise tout en bénéficiant des apports de méthode du formateur et des échanges avec l'ensemble des participants.

### **QUALIFICATION DES INTERVENANTS**

Formateur référent au sein du groupe ayant une expérience significative opérationnelle et d'accompagnement sur l'ensemble des modules concernés par la formation

### **MODALITÉS D'ÉVALUATION DES ACQUIS**

Évaluation en cours de formation par des exercices et mises en situation

### **SANCTION VISÉE**

Attestation de fin de formation

Taux de réussite :

Taux de satisfaction :

### **DELAI D'ACCÈS À LA FORMATION**

### **ACCESSIBILITE**

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Nous adaptons le parcours selon les acquis et les restrictions médicales de chacun. Merci de nous contacter pour évaluer la faisabilité de l'action de formation.

### **DURÉE, EFFECTIFS**

14 heures

8 participants