



**GESTION,
MANAGEMENT,
COMMERCIALISATION,
COMMUNICATION**



Contact : 05 55 12 31 31

Site(s) de formation

- Corrèze
- Creuse
- Haute-Vienne

*Possibilité d'organiser des sessions sur
demande en centre de formation ou sur site*

Élaborer une stratégie commerciale adaptée à son entreprise

PRÉSENTATION MÉTIER

Dans un environnement économique dynamique et en constante mutation, la capacité à élaborer une stratégie commerciale efficace est essentielle pour garantir la pérennité et la croissance d'une entreprise.

L'acquisition d'une solide compréhension des bases d'une stratégie commerciale, permettra de mieux aligner les actions aux objectifs de l'entreprise. Les techniques de prospection permettront aux professionnels d'identifier efficacement de nouveaux marchés et de nouer des relations durables avec des clients potentiels.

OBJECTIFS

- Comprendre les fondamentaux de la stratégie commerciale.
- Analyser l'environnement commercial.
- Définir des objectifs commerciaux claires et atteignables.
- Concevoir une offre commerciale adaptée.
- Déployer une stratégie de prospection et de fidélisation.
- Elaborer un plan d'action commercial opérationnel.
- Mesurer et ajuster sa stratégie commerciale.

PUBLICS / PRE-REQUIS

- Salarié
- Employeur, indépendant, créateur d'entreprise
- Savoir lire, écrire, compter

Un référent Handicap est à votre disposition pour l'analyse de vos besoins spécifiques et l'adaptation de votre formation. Contactez le GRETA.





Durée

- 3 jours (21 heures)

Validation / Modalités d'évaluation

- Attestation de formation

Modalités de formation

- Alternance de pédagogies active, participative et guidée
- Apports théoriques
- Etudes de cas / Analyse de situations

Modalités de financement

- Financement individuel
- Plan de développement des compétences
- Pro-A
- OPCO/Entreprise

Tarif de référence*

- 1260 €

*Retrouvez nos conditions générales de vente sur le site Internet

Élaborer une stratégie commerciale adaptée à son entreprise

CONTENU

- **Introduire la Stratégie Commerciale (3h)** : Définition et importance de la stratégie commerciale. Composantes clés d'une stratégie efficace. Différences entre stratégie commerciale et tactique commerciale. Exemples de stratégies commerciales réussies.
- **Analyser l'Environnement Commercial (4h)** : Outils d'analyse : SWOT, PESTEL, modèle des 5 forces de Porter. Identification des opportunités et menaces du marché. Étude de la concurrence et des tendances du secteur. Analyse de la clientèle cible et segmentation du marché.
- **Définir des Objectifs Commerciaux (3h)** : Importance des objectifs SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes, Temporellement définis). Alignement des objectifs avec la vision de l'entreprise. Atelier pratique : définition d'objectifs commerciaux pour son entreprise.
- **Concevoir l'Offre Commerciale (3h)** : Compréhension des besoins et attentes des clients. Élaboration d'une proposition de valeur unique. Structuration de l'offre : produits/services, prix, conditions de vente. Études de cas : analyse d'offres commerciales performantes.
- **Établir une Stratégie de Prospection et de Fidélisation (4h)** : Techniques de prospection : inbound et outbound marketing. Outils numériques pour la prospection (réseaux sociaux, CRM). Stratégies de fidélisation et importance de l'expérience client. Atelier pratique : création d'un plan de prospection.
- **Élaborer un Plan d'Action Commercial (3h)** : Structure d'un plan d'action commercial. Identification des ressources et du budget nécessaires. Établissement d'un calendrier des actions. Collaboration en groupes pour créer un plan d'action.
- **Mesurer et Ajuster la Stratégie Commerciale (1h)** : Indicateurs de performance clés (KPIs) à surveiller. Outils d'évaluation (tableaux de bord, analyses de résultats). Importance de l'adaptabilité et retour d'expérience. Discussion sur les retours et ajustements à prévoir.

MODALITES ET DELAIS D'ACCES

- Les délais d'accès à la formation sont variables selon les dates de session, nous consulter