



CONSTRUIRE ET PILOTER SA STRATEGIE COMMERCIALE

Objectifs : Elaborer une stratégie commerciale, fixer des objectifs. Construire le plan d'action. Suivre et piloter le plan d'action

Durée :
14 heures

Public & Pré-requis :
Manager,
responsable des
ventes, dirigeant
Aucun pré-requis

**Modalités
pédagogiques :**
Méthode
interactive.
Exercices
d'application

**Modalités de
suivi :**
Attestation de fin de
Formation.
Evaluation.

Profil formateur :
2 à 3 ans
d'expérience mini
dans le domaine. Et
professionnels en
poste dans le
domaine enseigné

1. La stratégie commerciale

- La stratégie commerciale opérationnelle et stratégique
- Traduire la stratégie de l'entreprise en stratégie commerciale.

2. Analyser le marché

- Analyser le portefeuille client, le portefeuille produit, les couples produits/clients
- Analyser le potentiel client, les segments porteurs sur le marché
- Mettre en œuvre la veille concurrentielle, le Benchmarking, la mesure de la satisfaction des clients.
- Le SWOT de son périmètre de vente.
- Le positionnement de ses produits/services sur le marché actuel., ses avantages concurrentiels
- Traduction des objectifs stratégiques commerciaux des participants en objectifs de vente opérationnels (territoire, canaux, quantité,...)
- Détermination d'un plan d'actions commerciales

3. Mettre en place son offre

- Choisir les produits / services à commercialiser
- Définir le prix de vente
- Définir le ou les lieux de distribution (magasin, internet, etc)
- Définir et mettre en place la communication afin promouvoir les ventes

4. Déployer le plan d'actions commerciales et assurer son suivi

- Formaliser et communiquer le plan d'actions commerciales.
- Choisir des indicateurs pertinents.
- Etablir son tableau de bord pour piloter et suivre les actions.

5. Plan d'action personnalisé