Concevoir et mettre en place sa stratégie commerciale

Date et durée

Code formation : MNC02FR
Durée : 3 jours
Nombre d'heures : 21 heures

Description

Une stratégie commerciale est un plan d'action élaboré par une entreprise pour **atteindre ses objectifs de vente et de croissance**. Elle implique généralement une analyse approfondie du marché, des concurrents, des clients et des tendances économiques. C'est en définitive un ensemble de décisions opérationnelles qui vise à **maximiser les ventes et les profits** de l'entreprise.
Notre programme de **formation de 3 jours** vous propose une introduction à la réalité du monde des affaires. Vous découvrirez comment procéder à une analyse de marché, à comprendre les attentes des clients et à anticiper les tendances économiques. Plus qu'une simple analyse, vous apprendrez à **transformer ces données en décisions stratégiques concrètes**.

Que vous soyez **un manager expérimenté ou un cadre commercial ambitieux**, ce programme vous fournira les outils nécessaires pour développer et mettre en œuvre une stratégie commerciale efficace. Des travaux pratiques, des tests d'évaluation et des études de cas vous seront proposés tout au long de ces **cours en management commercial**.

Objectifs

Compétences cibles :

- Comprendre, développer et mettre en œuvre votre stratégie de vente.

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre et mettre en œuvre les fondements d'un plan stratégique de vente.
- Mettre en œuvre des stratégies opérationnelles efficaces.
- Gérer et suivre les résultats de votre stratégie commerciale.
- Optimiser le management de votre équipe commerciale.
- Intégrer des innovations dans vos pratiques de vente et planifier une croissance durable.

Points forts

Des cours axés sur le partage d'expériences et la découverte de stratégies commerciales innovantes, de nombreux travaux pratiques, des études de cas et un test d'évaluation sous forme de quiz.

Modalités d'évaluation

Quiz / QCM
Travaux Pratiques

Etude de cas

Pré-requis

Suivre cette formation ne nécessite aucune compétence particulière, mais une expérience en management commercial est recommandée.

Public

Cette formation s'adresse aux publics suivants :

- toute personne ayant des responsabilités dans la gestion des ventes, comme les directeurs et les responsables commerciaux.

Cette formation s'adresse aux profils suivants

Responsable Commercial / Marketing
Chef d’entreprise / Dirigeant
Chef de projet / Responsable de projet
Manager

Programme

Jour 1 : l'élaboration d'une stratégie commerciale basée sur la stratégie de votre entreprise

- Quelle est la stratégie de votre entreprise ?
- Analyser les besoins et les attentes du marché par rapport à votre secteur d'activité.
- Analyser les forces et les faiblesses de votre activité commerciale.
- connaitre le positionnement de votre entreprise sur le marché.
- Traduire les objectifs stratégiques de votre entreprise en plan d'action commerciale.

Jour 2 : la transformation de la stratégie en plan d'action commercial

- Déployer sa stratégie pour optimiser ses ventes.
- Attribuer des objectifs aux équipes et aux collaborateurs.
- Définir des actions pour atteindre les résultats escomptés (ressources humaines et financières)
- Définir et lancer son plan d'action commerciale.
- Améliorer le management et le leadership au sein des équipes commerciales pour optimiser les processus de vente.

Jour 3 : la gestion et le suivi de votre plan d'action commerciale

- Définir des indicateurs de performance (KPI).
- Contrôler les écarts et réagir efficacement en prenant des mesures managériales.
- Utiliser efficacement des outils de gestion de la relation client (CRM).
- Stimuler l'innovation dans vos stratégies de vente et vos offres.