

DÉVELOPPER VOTRE STRATÉGIE COMMERCIALE

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Analyser son offre, son potentiel et son caractère innovant

- Analyser et positionner son offre.
- Définir ses DAS Produit, positionner ses couples Produit/Marché et leur dynamique.
- Identifier le potentiel de son offre avec la matrice SWOT.
- Innover pour distancier la concurrence, mettre en place une stratégie de veille marché et concurrents, identifier les axes d'innovation en s'appuyant sur l'analyse PESTEL en intégrant la RSE et les outils IA pour faciliter l'analyse concurrentielle.

Analyser son portefeuille clients et prospects

- Segmenter les différentes cibles. Atelier défi IA.
- Identifier le potentiel client avec la VRS : volume – rentabilité.
- Sécurité.
- Positionner ses clients sur la matrice ABC.
- Cartographier clients et prospects.

Construire une stratégie commerciale et la décliner en plan d'actions

- Identifier 10 stratégies pour développer chiffre d'affaires et marge, sélectionner ses objectifs, sélectionner les actions selon le type de clients.
- Planifier les actions dans le temps, en intégrant les prévisions de vente grâce à l'utilisation de l'IA.

Définir et choisir les outils adaptés

- Définir le tunnel de vente.
- Lister tous les outils possibles (prospection, notoriété, fidélisation).
- Identifier leurs caractéristiques, bienfaits et limites.
- Identifier les outils déjà disponibles dans l'entreprise, et ceux qui pourraient nécessiter des développements.

Suivre et faire évoluer sa stratégie

- Élaborer son tableau de bord, sur la base du plan d'action défini la veille, indicateurs clés, prévisions de vente, comparaison n-1 / n / n+1.
- Optimiser sa stratégie commerciale en fonction des retours des prospects et clients dans un cadre éthique respectueux des enjeux RSE.
- Identifier les leviers du développement commercial.

Bâtir votre plan d'action en vue du suivi post-formation.

Méthodes et moyens pédagogiques

- Vidéos pour susciter les réactions et les interactions
- L'analyse SWOT, l'analyse PESTEL
- Défis 120 secondes
- Les outils d'aide au développement
- Ateliers en sous-groupe sur l'analyse
- Plan d'action individuel : couples produit veille, positionnement des clients, choix des outils, tableau de bord commercial

OBJECTIFS DE FORMATION

Analyser son offre, son potentiel et son caractère innovant.

Analyser son portefeuille clients et prospects.

Construire une stratégie commerciale et la décliner en plan d'actions.

Définir et choisir les outils adaptés

Suivre et faire évoluer sa stratégie.

PUBLICS CONCERNÉS

Responsables commerciaux et consultants commerciaux.

PRÉREQUIS

Aucun.

DURÉE

2 jours ou 14 heures +

1 heure de suivi par visioconférence à 45 jours du stage

Accès à la plateforme Activ'learning.

INTERVENANT

Consultant senior en développement commercial

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Définition de votre plan d'action

Tests d'évaluation avant/après.

Remise d'une attestation de fin de formation.