

PROGRAMME DE FORMATION

IDENTIFICATION	CONSTRUIRE VOTRE STRATEGIE COMMERCIALE
OBJECTIFS	Définir votre projet commercial en réalisant un diagnostic de l'existant. Acquérir une méthode et des outils d'analyse pour adapter votre offre à un marché. Formaliser un plan d'actions adapté à vos moyens et vos objectifs. Dynamiser votre chiffre d'affaires.
Public	Chef d'entreprise, conjoint(e) et collaborateur-trice, demandeur d'emploi, salarié
Nombre de places	4 personnes minimum – 12 places
Prérequis	Avoir un projet de création, reprise ou développement d'entreprise.
Modalités de formation et d'accès	Formation en présentiel - Entretien individuel et Bulletin d'inscription
Délai d'accès	De 1 à 30 jours avant le démarrage s'il y a une prise en charge par un organisme financeur. (Nous contacter pour toute information complémentaire).
Durée	14h00 (9h-12h30/13h30-17h)
Tarif	420€ - Possibilité de prise en charge partielle ou totale en fonction de votre statut
CONTENU	<p>Tour de Table</p> <p>Jour 1 Matin : Positionnement de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> - Objectifs de l'entreprise : activités, résultats, ressources, organisation... - Les freins, les problématiques - Enjeu de la stratégie commerciale - Réalisation du diagnostic interne et externe via la matrice forces, faiblesses, opportunités, menaces - Présentation de la matrice d'analyse Business Model Canva <p>Après-midi : Le(s) marché(s) de l'entreprise</p> <ul style="list-style-type: none"> - Analyse du portefeuille clients et produits - Détermination du couple produits / clients - Positionnement concurrentiel - Identifier le ou les marchés actuels - Décliner les objectifs stratégiques en objectifs commerciaux <p>Jour 2 Matin : Le plan d'actions commerciales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Définir les solutions commerciales fonctionnelles pour capter des consommateurs, prospects - Déterminer des solutions marketings (quête de nouveaux marchés) - Positionnement de choix en fonction des ressources humaines et financières de l'entreprise - Segmenter son offre pour mieux cibler ses prospects - Détermination de son plan d'Actions Commerciales à mettre en œuvre : Prospection, fidélisation, actions internes, moyens publicitaires etc... - Organisation de la communication <p>Après-midi : Le plan de développement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Construction des enjeux commerciaux en 4 P, Produit, Prix, distribution et communication - Se fixer un cap, le garder : le 5^{ème} P, ma Personne, me « challenger », Posture, être entraînant - Optimisation des objectifs de vente par la méthode SMART - Faire évoluer mon identité, mon image en fonction des choix stratégiques - Posture commerciale du chef d'entreprise - Différents types de manifestation de communication commerciale
Nom du formateur	Christophe ORTIZ – Développeur d'affaires – Relation client
Moyens pédagogiques	Moyens matériels : salle de cours, vidéo projecteur, TBI, PC. Moyens pédagogiques : Alternance de cours théorique et d'ateliers pratiques : étude de cas, QCM, vidéo. Chaque stagiaire recevra un support papier ou numérique reprenant tous les thèmes abordés.
Évaluation et validation	Questionnaire d'évaluation et évaluation des acquis à l'issue de la formation Questionnaire de satisfaction
Attestation de fin de formation et de présence	Remises en fin de formation.
Lieu	Chambre de Métiers et de l'Artisanat de l'Ariège, 2 Rue Jean Moulin, 09000 Foix.
Accessibilité	La Chambre de Métiers et de l'Artisanat accueille les personnes en situation de handicap. Réfèrent Handicap : Patrick ATTARD 05 34 09 88 14 / pattard@cma-ariège.fr
Contact	Service formation Tel : 05.34.09.88.04 - formationcontinue@cma-ariège.fr

CMA-FC-FP-STRATEGIE-CCIALE-V3
MAJ 18-03-2024