



PUBLIC

Toute personne en charge du développement commercial



PRÉ-REQUIS

Aucun



DURÉE

2 jours - 14 heures
*Option : 4 heures en face à face dans l'entreprise



MODALITÉS

Présentiel



TYPE DE VALIDATION

Certificat de réalisation
Attestation de fin de formation

» RÉSULTATS ATTENDUS

- Définir sa stratégie marketing pour être plus performant commercialement

» OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Donner aux chefs d'entreprise et managers la méthodologie et les outils permettant de mettre en place une véritable stratégie marketing.
- Comprendre le rôle du marketing dans l'entreprise et ses interactions avec les autres fonctions. Construire et mettre en œuvre un plan marketing et les actions opérationnelles en découlant

» MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- A chaque étape, le formateur travaillera concrètement avec les membres de l'équipe à la réflexion et la définition des axes de développement
- Alternance de notions théoriques et de mise en pratique immédiate



DATES ET LIEUX

- Nous consulter



TARIFS

- Nous consulter
- *Option : 500 € HT-600 € TTC



INTERVENANT

Philippe ROBERT



Lieux aménagés et modalités adaptées pour faciliter l'accès et l'usage aux personnes en situation de handicap.

PROGRAMME

LES FONDAMENTAUX DU MARKETING

- Les principales stratégies génériques
- Le marketing mix et le positionnement

FAIRE LE DIAGNOSTIC DE SON ENTREPRISE

Le travail préparatoire au diagnostic

- Mieux connaître le marché concurrentiel
- Analyser la demande
- Positionnement de mon offre

L'analyse externe

- Analyser les opportunités et les menaces du marché de l'entreprise
- Dégager ses avantages concurrentiels

L'analyse interne

- Analyse des forces et faiblesses de l'entreprise
- Déceler ses avantages concurrentiels

LES CHOIX STRATEGIQUES

Les options stratégiques de développement commercial

- Matrice d'aide à la décision

Recomposer une offre adaptée à chaque cible avec le marketing mix

ELABORER SON PLAN D'ACTIONS COMMERCIALES

- Définir les objectifs commerciaux
- Définir les actions à entreprendre
- Planification des actions
- Contrôle des actions prévues réalisées et écarts constatés

EN OPTION

- Une demi-journée pourra être prévue en face à face afin d'accompagner l'entreprise dans ses choix, et mettre en place un plan d'actions sur-mesure