

# Concevoir et optimiser sa stratégie commerciale

Éligible au CPF : Non

Action collective: Non

# INFORMATIONS GÉNÉRALES

Type de formation : Formation continue

**Domaine:** Management du SI

Filière: Relations humaines

Rubrique: Management

Code de formation : MNGSTC

## **€** Tarifs

Prix public : 1450 €

#### Tarif & financement:

Nous vous accompagnons pour trouver la meilleure solution de financement parmi les suivantes :

Le plan de développement des compétences de votre entreprise : rapprochez-vous de votre service RH.

Le dispositif FNE-Formation.

**L'OPCO** (opérateurs de compétences) de votre entreprise.

**France Travail:** sous réserve de l'acceptation de votre dossier par votre conseiller Pôle Emploi.

**CPF** -MonCompteFormation Contactez nous pour plus d'information : contact@aston-institut.com

# **PRÉSENTATION**

# **Objectifs & compétences**

- o À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de : Comprendre la démarche marketing stratégique
- o Intégrer dans sa réflexion les outils marketing opérationnels
- o Elaborer sa stratégie et se fixer des objectifs quantitatifs et qualitatifs
- o Construire son Plan d'Actions Commerciales Piloter et évaluer ses actions commerciales

#### Public visé

Responsables commerciaux ou marketing, managers commerciaux, chefs de marché, responsables de centre de profit.

## Pré-requis

Aucune.

## **PROGRAMME**

# Comprendre et analyser la démarche marketing stratégique

- Prendre en compte les objectifs de l'entreprise : activités, résultats, ressources, organisation...
- Appréhender le diagnostic interne : forces /faiblesses.
- Utiliser les études de marché et l'étude de la concurrence.
- Consolider le diagnostic externe de son activité.
- Clarifier ou faire évoluer le positionnement concurrentiel.
- Déterminer une segmentation efficace grâce à l'étude des besoins et motivations.

**Exercice:** Réalisation d'un SWOT et utilisation d'un outil d'aide à la décision.

## Décliner la stratégie marketing en priorités d'actions commerciales

- Analyser son portefeuille clients et son portefeuille produits.
- Construire la matrice SWOT de son périmètre de vente.
- Déterminer ses couples produits/clients.
- Traduire les objectifs stratégiques marketing en objectifs commerciaux quantitatifs et qualitatifs.

## **Travaux pratiques**

Chaque participant réalise sa matrice SWOT et construit son tableau de segmentation produits/clients.

## Elaborer sa stratégie et son Plan d'Actions Commerciales

- Définir ses choix stratégiques en fonction des ressources humaines et financières.
- Intégrer les composantes du Mix Marketing : offre produits/services, prix, réseau de distribution, communication.
- Fixer les objectifs collectifs et les règles de répartition des objectifs individuels.
- Construire son Plan d'Actions Commerciales : prospection, fidélisation, actions internes, animation des commerciaux.

### Lieux & Horaires

**Campus:** Ensemble des sites

**Durée:** 14 heures

**Délai d'accès :** Jusqu'a 8 jours avant le début de la formation, sous condition d'un dossier d'insciption complet

Distanciel possible: Oui

## # Prochaines sessions

Cliquez sur la date choisie pour vous inscrire :

**04 / 09 / 2025** 

© : Ensemble des sites

✓ : Distanciel possible

(S): 14 heures

**i** : 2 jours

**1**1 / 12 / 2025

② : Ensemble des sites✓ : Distanciel possible

③: 14 heures ∰: 2 jours



### **Travaux pratiques**

Réalisation individuelle du Mix Marketing.

Groupe de réflexion et session créative pour développer les projets stratégiques. Construction par chaque participant de son PAC.

# Déployer et piloter son activité commerciale

- Choisir ses indicateurs de suivi.
- Planifier les actions en synergie avec les équipes marketing et communication.
  Suivre son équipe et piloter les actions commerciales.
- Établir des tableaux de bord adaptés à son équipe.

### **Travaux pratiques**

Chaque participant construit un tableau de bord de suivi commercial.

# **MODALITÉS**

## **Modalités**

Modalités : en présentiel, distanciel ou mixte . Toutes les formations sont en présentiel par défaut mais les salles sont équipées pour faire de l'hybride. – Horaires de 9H à 12H30 et de 14H à 17H30 soit 7H – Intra et Inter entreprise.

Pédagogie: essentiellement participative et ludique, centrée sur l'expérience, l'immersion et la mise en pratique. Alternance d'apports théoriques et d'outils pratiques. Ressources techniques et pédagogiques : Support de formation au format PDF ou PPT Ordinateur, vidéoprojecteur, Tableau blanc, Visioconférence : Cisco Webex / Teams / Zoom.

Pendant la formation: mises en situation, autodiagnostics, travail individuel ou en sous-groupe sur des cas réels.

#### Méthode

Fin de formation : entretien individuel.

Satisfaction des participants : questionnaire de satisfaction réalisé en fin de

Assiduité : certificat de réalisation.

Validations des acquis : grille d'evalution des acquis établie par le formateur en fin de formation.