Concevoir et optimiser sa stratégie commerciale

INFORMATIONS GÉNÉRALES

Type de formation : Formation continue

Domaine : Management du SI

Filière : Relations humaines

Rubrique : Management

Éligible au CPF : Non

Action collective : Non

PRÉSENTATION

Objectifs & compétences

- À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de : Comprendre la démarche marketing stratégique
- Intégrer dans sa réflexion les outils marketing opérationnels
- Elaborer sa stratégie et se fixer des objectifs quantitatifs et qualitatifs
- 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.

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

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
  : 14 heures
  : 2 jours
- 11 / 12 / 2025
  : Ensemble des sites
  : Distanciel possible
  : 14 heures
  : 2 jours

Informations non contractuelles - PDF généré le 9/11/2026

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

Informations non contractuelles - PDF généré le 9/11/2026