

# Concevoir et optimiser sa stratégie commerciale

## INFORMATIONS GÉNÉRALES

**Type de formation :** Formation continue

**Éligible au CPF :** Non

**Domaine :** Management du SI

**Action collective :** Non

**Filière :** Relations humaines

**Rubrique :** Management

**Code de formation :** MNGSTC

## 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

### € 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](mailto:contact@aston-institut.com)

### Public visé

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

### Pré-requis

Aucune.

### 📍 Lieux & Horaires

**Campus :** Ensemble des sites

**Durée :** 14 heures

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

**Distanciel possible :** Oui

## 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.

### 📅 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

### 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.

**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, autodiagnostic, 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'évaluation des acquis établie par le formateur en fin de formation.