



SE FAIRE CONNAÎTRE ET VENDRE SES PRODUITS

FORMATION COURTE - COMMERCIAL



CONSTRUIRE SON PLAN D'ACTION COMMERCIALE

OBJECTIFS

- Définir la stratégie de l'entreprise
- Élaborer son plan marketing
- Chiffrer le plan et construire les tableaux de bord
- Bâtir et mettre en œuvre le plan d'action

Tout au long de son existence, l'entreprise doit maîtriser son processus commercial afin de s'assurer de l'atteinte de ses objectifs et ainsi garantir sa pérennité. Connaître son marché, déterminer le besoin du client, construire une offre et en fixer le prix, maîtriser les outils de communication, élaborer et suivre le budget des actions, sont des données incontournables. Cette formation vous apporte les outils et la méthode indispensables pour développer votre stratégie commerciale.

PRÉREQUIS

Maîtriser le socle de connaissances de base

DATES ET LIEUX

CMA Schiltigheim : nous consulter
CMA Mulhouse : nous consulter

PUBLIC

Chef d'entreprise artisanale
Conjoint collaborateur
Associé
Salarié
Créateur / repreneur d'entreprise

TARIF

490 € * pour les chefs d'entreprise (*prise en charge par le Conseil de la Formation de la CRMA Grand Est sous réserve de budget disponible)
420 € * pour les salariés (*prise en charge totale ou partielle par les OPCO)
Se renseigner auprès de nos conseillères en formation

DURÉE

2 jours : 14 heures

INTERVENANT

Formateur Consultant spécialisé Marketing Vente et expert de la dynamisation commerciale des entreprises artisanales

CONTACTS

Conseillères en formation :

→ BAS-RHIN

Angélique DIEUAIDE
03 88 19 79 18
infofc67@cm-alsace.fr

→ HAUT-RHIN

Agnès LUSTENBERGER
03 89 20 84 55
infofc68@cm-alsace.fr



CONSTRUIRE SON PLAN D'ACTION COMMERCIALE



SE FAIRE CONNAÎTRE
ET VENDRE SES PRODUITS

PROGRAMME

JOUR 1

1. Définir la stratégie de l'entreprise :

- les définitions : stratégie, politique, tactique, objectifs et moyens
- les éléments constitutifs d'une stratégie

2. Élaborer son plan marketing :

- les définitions
- le plan marketing
- la réalisation de son plan marketing

JOUR 2

3. Chiffrer son plan marketing :

- l'élaboration du budget et la programmation des actions
- la construction de son propre tableau de bord

4. Bâtir son plan d'action :

- l'organisation des actions et la mise en œuvre des plannings
- les objectifs et moyens à mettre en œuvre
- l'exploitation des tableaux de bord et les prises de décision



MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Formation en présentiel

Méthodes actives et participatives basées sur des mises en situations interactives et ludiques

Construction de ses propres outils transposés à son contexte professionnel

Remise d'un support pédagogique récapitulant toutes les notions abordées ainsi que les outils utilisés

ÉVALUATION

Remise d'une attestation individuelle de formation

Questionnaire de satisfaction en fin de stage