



3H CHRONO POUR METTRE EN ŒUVRE UNE STRATÉGIE COMMERCIALE

GUIDEZ SEBASTIEN

06-69-30-27-52

sebastien.guidez@sg-formation.com

DUREE : 3 heures

MODALITÉS : Formation à distance

PUBLIC VISE : Responsables marketing, commerciaux, Vendeurs/Vendeuses en magasin, Responsable de magasin, merchandiser et chef de produit marketing

MODALITÉS D'ACCÈS : nos formations sont ouvertes toute l'année (Contactez-nous)

MOYENS PEDAGOGIQUES : formateur spécialisé - Supports pédagogiques (Power Point – Mise en situations- Livret apprenant) - Suivi du programme de formation, travaux dirigés.

SUIVI, EVALUATION, SANCTION :

→ Moyens permettant de suivre l'action de formation :

- Plans d'action de formation
- Rendez-vous de suivi

→ Moyens permettant d'en évaluer les résultats

- Réalisation de travaux durant la formation (QCM, Jeux de Rôles, cas pratique, mise en situation...)

→ Sanction

- Délivrance d'une attestation d'assiduité

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable 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

PREREQUIS :

Aucun

PROGRAMME

Plan d'action commercial – Mettre en œuvre la stratégie commerciale

- Qu'est ce qu'un plan d'action commercial (PAC) ?
- Contenu d'un PAC
- Exemple D'un PAC
- Aide mémoire

Plan marketing

- Qu'est ce qu'un plan marketing ?
- Les 3 grandes parties d'un plan marketing
- Modèle d'un plan marketing
- Aide mémoire

Plan d'action - Méthode de rédaction et modèle

- Intérêt du plan d'action
- Les clés de succès du plan d'action
- Les principales étapes de construction
- Modèle de plan d'action

Analyse de la concurrence

- Qu'est ce qu'un analyse concurrentielle ? Quelle utilité ?
- Les étapes d'une analyse concurrentielle

Méthode SMART – Fixer des objectifs efficacement

- Intérêt du management par objectifs
- Présentation de la méthode
- Les 5 caractéristiques des objectifs SMART
- Exemple d'objectif SMART

300 €

NET DE TAXE

Réaliser une analyse SWOT

- Qu'est ce qu'une analyse SWOT
- Quand utiliser un SWOT
- Intérêts et limites de l'outil
- Mise en œuvre du SWOT
- Exemple de SWOT

(Théorie + Mises en situations)