

## OBJECTIFS

- ◆ 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



1 à 3 jours



8

MAX



Accessibilités PSH

Un référent à votre écoute

## PUBLIC CONCERNÉ

Commerciaux et managers

## Prérequis

Aucun prérequis

## VALIDATION DE LA FORMATION

- Attestation de fin de formation
- Certificat de réalisation

## CONTENU

### 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

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

Analyser son portefeuille clients et son portefeuille produits

Déterminer ses couples produits/clients.

Traduire les objectifs stratégiques marketing en objectifs commerciaux quantitatifs et qualitatifs

### 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

## PEDAGOGIE

- Apports méthodologiques
- Exercices et jeux pédagogiques
- Mises en situations

Pédagogie active alternant apports théoriques et exercices pratiques

L'animation tourne autour des exemples concrets du stagiaire et de ses attentes

Formation en présentiel – Langue : Français

La formation est animée par un formateur ayant 3 ans minimum d'expérience terrain dans la discipline enseignée et est diplômé en pédagogie et/ou formé par nos soins

### Système d'évaluation

Evaluation finale en fin de formation sous forme de quizz, mise en situation ou étude de cas.

## DATES DES SESSIONS

- INTRA : A confirmer après votre accord

## PRIX

- Session en INTRA : Tarif individuel : Remis que sur devis et après étude de la demande

### Nos domaines de formation



Prévention &  
Sécurité



Qualité &  
Ressources Humaines



Management &  
Communication



Bureautique &  
Web-Marketing



Langues



Gestion &  
Commerce