

STRATÉGIE COMMERCIALE

FORMATION INDIVIDUELLE

EN PRÉSENTIEL ET/OU DISTANCIEL



Pour en savoir plus : sg-formation.fr

SG FORMATION (SARL)

03 10 45 21 85

326 Rue Verte, 59141 Thun-l'Évêque

audrey@sg-formation.fr

STRATÉGIE COMMERCIALE

DURÉE

14 h (2 jours)

PUBLIC VISÉ

Tout public

MODALITÉS D'ACCÈS

Nos formations sont ouvertes **toute l'année** ([contactez-nous](#))

ACCESSIBILITÉ

Une **adaptation** des formations pour les **personnes en situation de handicap** est possible.

Les lieux de formation seront accessibles aux personnes en situation de handicap.

Une vérification sera établie. Nous contacter : ([Audrey, référent Handicap : 06 58 30 42 22](#))

MOYENS PÉDAGOGIQUES

Formateur spécialisé - Supports pédagogiques (Power-Point - Livret apprenant) -

Suivi du programme de formation

SUIVI, ÉVALUATION, SANCTION

→ **Moyens permettant de suivre l'action de formation**

- Plans d'action de formation

→ **Moyens permettant d'en évaluer les résultats**

- Réalisation de travaux durant la formation (exercices et mise en situation)

→ **Sanction**

- Délivrance d'une attestation d'assiduité

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

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

- Définir une stratégie commerciale
- Maîtriser le Mix Marketing
- Elaborer une stratégie commerciale
- Construire une offre commerciale
- Choisir le bon canal de distribution
- Choisir ses fournisseurs

PRÉREQUIS

Aucun

PROGRAMME

JOUR 1

MODULE 1 : COMMENT DÉFINIR SA STRATÉGIE COMMERCIALE

- Définir ses objectifs et ses ambitions
- Comprendre son marché
- Définir ses cibles
- Identifier les angles d'attaque
- Se préparer pour gagner
- Se mettre en action
- Suivre le bon déroulé des opérations

MODULE 2 : LA THÉORIE DES 4 P (MIX MARKETING)

- Produit
- Prix
- Promouvoir le produit (Communication)
- Place

MODULE 3 : COMMENT ÉLABORER VOTRE STRATÉGIE COMMERCIALE

- Pourquoi ?
- Comment ?

Exercice 1 : Faire le SWOT de son entreprise

Exercice 2 : Construire un plan d'action commercial

JOUR 2

MODULE 4 : COMMENT CONSTRUIRE UNE OFFRE

- Se démarquer de la concurrence
- Cibler votre clientèle
- Les marchés de niche
- La prospection

MODULE 5 : COMMENT CHOISIR LE BON CANAL DE DISTRIBUTION

- Les réseaux de distribution et les acteurs
- Choisir le canal de distribution le mieux adapté

MODULE 5 : COMMENT CHOISIR LE BON CANAL DE DISTRIBUTION

- La méthode à suivre
- Sur quels critères effectués son choix ?
- Entretenir la relation commerciale avec le fournisseur

Exercice 1 : Etablir la zone de chalandise de son entreprise

Exercice 2 : Créer une offre commerciale

Exercice 3 : Construire un tableau comparatif de vos fournisseurs

Evaluation finale