

Approche marketing du plan d'actions commerciales

Objectifs de formation

Pédagogiques

A l'issue de cette formation, le participant aura acquis:

- Une approche marketing de son action commerciale

Opérationnels

Il sera capable de :

- Analyser son marché et son positionnement.
- Choisir les cibles et les moyens d'actions pertinents.
- Planifier ses actions.

Pour qui ?

- Cette formation s'adresse aux responsables commerciaux, chefs des ventes

Principaux thèmes étudiés au cours de la formation

- Le préalable : le positionnement stratégique de votre activité.
- Connaître et comprendre son marché :
 - ⇒ Analyse quantitative et qualitative des clients et prospects et leur segmentation.
 - ⇒ Les concurrents, prescripteurs et canaux de distribution. Les autres facteurs d'influence.
 - ⇒ Utilisation des « 6 Os » de Kotler et du marketing-mix comme outils d'analyse
- Positionner son offre par rapport aux besoins clients et à ses concurrents. Se différencier
- Marketing opérationnel : Qu'attendre des différents moyens d'action ? Dans quelles phases de la relation client ?
- Bâtir son plan :
 - ⇒ Choisir ses cibles
 - ⇒ Choisir les moyens
 - ⇒ Planifier

Méthode pédagogique

- Basé sur une participation active de chacun, la formation allie les apports théoriques et les exercices pratiques, qui facilitent l'appropriation des techniques enseignées.
- 2 à 3 jours
- Peut être complétée par un coaching semi collectif (groupe de 3 à 4 personnes) ou des sessions de travail-conseil en entreprise