Chambre de Métiers et de l'Artisanat
OCCITANIE
HAUTE-GARONNE

CONSTRUIRE VOTRE STRATÉGIE COMMERCIALE

REF : FOR-00374 **DURÉE** : 2 jours - 14h **DATES** : consulter notre calendrier **TARIF** : 420€ TTC

PUBLIC
- Chef d'entreprise, salarié, conjoint collaborateur du secteur artisanal
- Chef d'entreprise, salarié hors secteur artisanal, porteur de projet

PRÉ-REQUIS
- Avoir un projet de création, de reprise ou de développement d'entreprise
- Savoir utiliser l'ordinateur et naviguer sur internet

LIEUX DE FORMATION
- CMA Formation Toulouse Centre
55 blvd de l'Embouchure, 31200 Toulouse
- CMA Antenne du Comminges
5 espace Pégot, 31800 Saint-Gaudens

MODALITÉS & DÉLAI D'ACCÈS
- Jusqu'à la veille de la formation

ACCÉSSIBILITÉ
- Conditions d'accès au public en situation de handicap, contactez le référent handicap au 05 61 10 47 67

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES
- Délivrance d'une attestation d'assiduité et d'acquis de compétences à l'issue de la formation
- Alternance d'apports théoriques et de mises en situation par des travaux pratiques
- Formation accessible en présentiel

ÉVALUATION
- Cas pratique, questionnaire d'évaluation, attestation de suivi de formation et d'évaluation des acquis à l'issue de la formation

INFORMATION ET INSCRIPTION
- Possibilité de prise en charge partielle ou totale en fonction de votre statut
- Nos conseillers sont à votre disposition au 06 70 00 48 17 ou par courriel à formation@cm-toulouse.fr

JE M'INSCRIS

OBJECTIFS
- **DÉFINIR** votre projet commercial en réalisant un diagnostic de l'existant
- **ACQUÉRIR** une méthode et des outils d'analyse pour adapter votre offre à un marché
- **FORMALISER** un plan d'actions adapté à vos moyens et objectifs
- **DYNAMISER** votre chiffre d'affaires

PROGRAMME

POSITIONNEMENT DE L'ENTREPRISE
- Objectifs de l'entreprise : activités, résultats, ressources, organisation
- Les freins et les problématiques
- Enjeu de la stratégie commerciale
- Réalisation du diagnostic interne et externe via la matrice SWOT
- Présentation de la matrice d'analyse Business Model Canvas

LES MARCHÉS DE L'ENTREPRISE
- Analyse du portefeuille clients et produits
- Détermination du couple produits/clients
- Positionnement concurrentiel
- Identifier le(s) marché(s) actuel(s)
- Décliner les objectifs stratégiques en objectifs commerciaux

LE PLAN D'ACTIONS COMMERCIALES
- Définir les solutions commerciales fonctionnelles pour capter des consommateurs, prospects
- Déterminer des solutions marketing
- Positionnement de ses choix en fonction des ressources humaines et financières de l'entreprise
- Segmenter son offre pour mieux cibler ses prospects
- Détermination de son Plan d'Actions Commerciales à mettre en oeuvre : prospection, fidélisation, actions internes, moyens publicitaires, etc.
- Répondre à de nouvelles demandes
- Organisation de la communication

LE PLAN DE DÉVELOPPEMENT
- Construction des enjeux commerciaux en 4P
- Me fixer un cap, le garder : le 5ème P, ma personne me « challenger », posture, être entraînant
- Optimisation des objectifs de vente par la méthode SMART
- Faire évoluer son identité, son image en fonction de ses choix stratégiques
- Posture commerciale du chef d'entreprise
- Différents types de manifestations de communication commerciale

CMA FORMATION