

DURÉE : 2 jours - 14h

DATES : Consulter notre calendrier

TARIF : 420€ TTC

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 vos objectifs
- Dynamiser votre chiffre d'affaires

PUBLIC

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

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.

PRÉ-REQUIS

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

ÉVALUATION

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

ACCESSIBILITÉ

- > Conditions d'accès au public en situation de handicap, contactez le référent handicap au 05 61 10 47 40.

DÉLAI D'ACCÈS

- > Jusqu'à la veille de la formation.

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 MOFF (Menaces, Opportunités, Forces, Faiblesses)
- 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, ...
- Répondre à de nouvelles demandes
- Organisation de la communication

> Le plan de développement

- Construction des enjeux commerciaux en 4P (Produit, Prix, Distribution, Communication)
- 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 mon identité, mon image en fonction de mes choix stratégiques
- Posture commerciale du chef d'entreprise
- Différents types de manifestations de communication commerciale

INFORMATIONS ET INSCRIPTION :

Possibilité de prise en charge partielle ou totale en fonction de votre statut.

Nos conseillers sont à votre disposition au 05 61 10 47 40 ou par courriel : formation@cm-toulouse.fr

Je m'inscris

IFCMA
55 bd de l'Embouchure 31200 TOULOUSE
CMA 31
18 bis bd Lascrosses 31000 TOULOUSE

