Formation Capforma

CCI VAR

Optimiser son marketing commercial

Marketing - Vente

DURÉE

14 heures soit 2 jours

TARIFS

Inter entreprises : 770€ net de TVA
Intra entreprises : nous contacter

PUBLIC ET PRÉ-REQUIS

Pas de pré-requis

Partenaires

Objectifs

Structurer une approche marketing : rester à l'écoute des besoins exprimés, orienter l'offre et la demande.
Identifier un marché et se positionner face à la concurrence.
Gérer sa dynamique commerciale.
Mettre en œuvre des outils actualisés en les adaptant aux spécificités de l'entreprise et de ses clients.
Générer des économies d'échelle, tout en augmentant son C.A : estimer la rentabilité des moyens utilisés.
Développer sa réactivité et suivre l'évolution des résultats en temps réel.

Programme

Tour de table de présentation des participants et rappel des objectifs.

Connaissance et segmentation du marché

- Déterminer une stratégie (SWOT) : diagnostiquer ses forces et faiblesses (données statistiques et veille concurrentielle), cibler un profil type de clients potentiels par zone de chalandise. Comment prioriser les axes de développement à court et moyen terme (Eisenhower) ?
- Constituer des fichiers et les actualiser.
- Identifier les besoins de la cible prédéfinie (étude des tendances comportementales actuelles et de l'émergence d'attentes nouvelles).
- Choisir des outils de vente appropriés (réaliser un plan d'actions, fixer des objectifs).
- Optimiser les systèmes d'organisation : décliner une sectorisation et planifier les démarches préconisées d'information et de commercialisation.

Développement et fidélisation

- Concevoir des supports et les exploiter : règles du marketing direct et de la vente en présentiel.
- Utiliser des vecteurs porteurs : les effets leviers de l'actualité, des réseaux et du partenariat.
- Réguler les contacts et démultiplier les taux.

Les outils de suivi et indicateur de résultats

- Indices de performance : Tableaux de Bord, courbes d'évolution, calcul des écarts (Pareto et GANTT), évaluation des niveaux de rentabilité (prévisionnel et bilan).
- Analyse des résultats obtenus et réajustement des actions (N+1).

Moyens et méthodes pédagogiques

- Apports théoriques, cas pratiques
- Démarches déductives et inductives
- Mises en situations
- Individualisation de la formation

Evaluation

- Évaluations modulaires
- Attestation de formation