

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

Tout public
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