

# PROGRAMME DE FORMATION

## STRUCTURER ET DÉPLOYER SA STRATÉGIE COMMERCIALE

### PUBLIC CONCERNÉ :

Dirigeants, Managers et Cadres commerciaux

### PRÉREQUIS :

Aucun

### DURÉE EN PRÉSENTIEL :

2 jours soit 14h00

### DATES : A définir

### HORAIRES :

9h00-12h30 / 13h30-17h00

### COÛT DE LA FORMATION :

Sur devis

Cette formation est éligible au financement par les OPCO

### DÉLAI D'ACCES :

Inscription minimum 1 mois avant le début de la formation

### EFFECTIF GROUPE :

De 06 à 10 stagiaires

### LIEU :

21-23 rue de Courcelles  
51100 REIMS

Stationnement payant



### LIEU - ACCESSIBILITE :

Ascenseur  
Si besoin d'adapter notre formation, merci de prendre contact avec nous en amont

[ecole.des.pme@cpme51.fr](mailto:ecole.des.pme@cpme51.fr)

### OBJECTIFS DE LA FORMATION :

- Mettre en place une stratégie commerciale
- Élaborer le plan d'actions en lien avec la stratégie
- Développer son portefeuille client
- Savoir analyser la performance commerciale

### PROFIL INTERVENANT :

Expert(e) en stratégie et démarche commerciales

### CONTENU DE LA FORMATION :

#### **JOUR 1 : Construire et déployer une stratégie commerciale**

**Matin : Objectifs : Comprendre l'importance de la stratégie commerciale et savoir élaborer une stratégie adaptée aux spécificités de son marché.**

#### **1. Introduction à la stratégie commerciale (1h00)**

- Définition et importance d'une stratégie commerciale dans une entreprise.
- Différences entre stratégie à court, moyen et long terme.
- Analyse du marché et de la concurrence pour définir sa position.

#### **2. Élaboration d'une stratégie commerciale (2h30)**

- Identification des cibles et des segments de marché.
- Choix des canaux de distribution et des actions de communication.
- Définition des objectifs commerciaux SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes, Temporels).
- Méthodes pour évaluer les besoins clients et adapter son offre.

**Après-midi : Objectifs : Savoir concrétiser la stratégie commerciale en actions de terrain et savoir développer un portefeuille client dynamique.**

#### **3. Élaboration du plan d'action commercial (2h00)**

- Conversion de la stratégie en actions concrètes : définition des actions prioritaires.
- Planification des actions : outils de suivi et de gestion.
- Objectifs à court et moyen terme pour chaque action.

# PROGRAMME DE FORMATION

## 4. Développer son portefeuille client (1h30)

- Méthodes d'identification de nouveaux prospects.
- Techniques de prospection efficaces.
- Fidélisation des clients existants : importance de l'écoute client et de la personnalisation de l'offre.

## **JOUR 2 : Analyser et améliorer la performance commerciale**

**Matin : Objectifs : Savoir mesurer et analyser la performance commerciale à l'aide d'indicateurs adaptés.**

### 1. Introduction à la performance commerciale (1h)

- Les indicateurs clés de performance (KPIs) en vente : CA, taux de conversion, coût d'acquisition client, etc.
- Pourquoi mesurer la performance commerciale ?
- Les outils pour suivre et analyser la performance.

### 2. Outils et techniques d'analyse de la performance commerciale (2h30)

- Utilisation des CRM pour suivre les prospects et clients.
- Analyse des ventes : segmentation des données et identification des tendances.
- Analyse de la rentabilité des actions commerciales : retour sur investissement (ROI).

**Après-midi : Objectifs : Savoir optimiser et ajuster ses actions commerciales pour améliorer les résultats.**

### 3. Identifier les leviers d'amélioration de la performance commerciale (2h)

- Techniques d'amélioration continue : ajustement des actions en fonction des résultats.
- Gestion des objections et des situations complexes dans la vente.
- Optimisation des processus commerciaux pour une meilleure efficacité.

### 4. Cas pratiques et ateliers (1h30)

- Analyse de situations concrètes : mise en situation et réflexion sur des études de cas.
- Feedback et recommandations pour améliorer sa stratégie et sa performance commerciale.

## MODALITÉS PEDAGOGIQUES :

- **Approche participative** : échanges en groupe, études de cas, partages d'expériences.
- **Méthodes actives** : travaux pratiques et simulations pour appliquer les concepts théoriques.

## MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE SUIVI :

- Questionnaire d'autopositionnement (avant démarrage de la formation).
- Feuilles de présence.
- Évaluation continue pendant les ateliers.
- Évaluation finale sous forme de quiz et de plan d'action.
- Évaluation à chaud de la formation.
- Un certificat de réalisation sera délivré à chaque participant ayant suivi la totalité de la formation.
- Envoi d'un questionnaire d'auto-évaluation à froid au stagiaire pour évaluer le transfert des acquis formation, 3 semaines après la formation.