

## Démarches commerciales

---

### Etude de marché

L'objectif est de connaître son marché, sa concurrence et ses clients. Savoir réaliser un diagnostic de l'entreprise et de son environnement (analyse SWOT - EMOFF).

- Rechercher d'informations, constituer une base documentaire, réaliser un questionnaire et des entretiens
- Faire la synthèse et analyser les informations recueillies, vérifier la véracité des informations, dépouiller le questionnaire et analyser les réponses des entretiens
- Noter les éléments synthétiques de l'étude dans le plan d'affaire : Identification des opportunités et des risques du marché ; définition des clefs de succès et des contraintes du marché
- Estimer le chiffre d'affaires prévisionnel en prenant plusieurs hypothèses, puis reprendre ses éléments dans les comptes prévisionnels

### Démarche commerciale

Définir des actions commerciales dans le but de d'accueillir, fidéliser et suivre de la clientèle. Savoir réaliser des actions marketing, des supports de publicité, des devis, des relances, des entretiens de vente.

### La stratégie commerciale

Acquérir les principes de base de la stratégie commerciale et les mettre en œuvre la construction du plan marketing, définition des moyens (marché cible, produit, prix, publicité/promotion, distribution).

- Savoir mettre en place un plan de communication : la publicité (média / hors média), la conception d'un mailing, d'un argumentaire de vente.
- Savoir mettre en place une stratégie commerciale : organiser les moyens et les opérations pour contacter des cibles, mobiliser ces cibles et les transformer en clients.

### La négociation commerciale ou vendre selon ses canaux de distribution

- Connaître les principes de base du déroulement d'un entretien de vente.
- S'adapter et vendre selon les interlocuteurs ("B to B", "B to C", vendre en GMS et GSA).
- Préparer un entretien de vente . . .

### La prospection commerciale

- Se convaincre de la nécessité de prospecter et organiser sa prospection.
- Développer ensemble les outils de support.
- Transformer une action commerciale en processus récurrent...

## Organisation et durée

---

Cette action sera une formation pratique comprenant une partie d'apport théorique commune, puis un appui personnalisé au projet de chacun des participants selon la démarche suivante :

- Apports théoriques (une dizaine d'heures)
- Etudes des cas individuels et ou illustrations concrètes (exemples) (une dizaine d'heures)
- Travaux d'application par groupes de travail, suivis et orientés par un consultant (une quinzaine d'heures)
- Accompagnements personnalisés : 1 heure par personne (sur demande). Exemple : 1 heure pour 15 personnes, 3 x une heure pour 5 personnes ou 5 x une heure pour 3 personnes etc.

## Particularités

Un accompagnement post-formation d'une heure par personne sera proposé. Ce suivi peut s'effectuer pas personne ou par groupe à la fin de chaque journée de formation. L'organisme de formation GR Consulting propose une séance de travail d'application en petit groupe (max. 8 personnes) d'une heure après chaque journée...

Les réflexions et recherches individuelles pourront être soutenues par de la formation à distance et tout support (mail, CD Rom ou accès à notre site intranet avec des supports de cours et outils etc.) permettant une plus grande individualisation.

Nous veillerons à informer et orienter les stagiaires vers l'ensemble des dispositifs d'appui et d'aide dont ils pourraient bénéficier.

**La durée de la formation :** 35 heures, réparties en 5 jours de 7 heures.

**Horaires de la formation :** de 08h30 à 12h00 et de 13h30 à 17h00.

**Dates et lieu de déroulement de la formation :** Voir le calendrier sur notre site Internet.

**Accompagnements personnalisés (à la suite des journées de formation) :** de 17h00 à 18h00.

**Public concerné :**

- Tout public porteur d'un projet de création ou de reprise d'entreprise et dont le besoin en perfectionnement a été validé.
- Tout dirigeant d'entreprise (ou son conjoint) d'une structure de moins de 10 salariés.

**Modalité d'entrée en formation :**

Un entretien et un guide-auto-test d'entretien, destiné à relever les attentes de la personne et d'évaluer avec elle la progression pédagogique de son parcours.