

Création d'entreprise Booster ses Actions commerciales



OBJECTIFS DE LA FORMATION



Savoir concevoir et planifier sa stratégie marketing et commerciale

- Savoir définir les produits et les services à proposer en s'adaptant au marché
- Savoir identifier et définir la démarche marketing et commerciale de l'entreprise
- Savoir fixer des prix de vente en se basant sur le marché
- Savoir évaluer le chiffre d'affaires potentiel

S'initier aux techniques de vente

- Savoir définir un argumentaire de vente
- Savoir mener un entretien de vente
- Savoir répondre aux objections

COMPÉTENCES VISÉES



Compétence 1 : Réaliser une étude de marché

- Recueillir des informations sur le marché à l'aide des techniques adaptées
- Analyser avec objectivité les informations collectées sur le plan du marché global et sur le marché local

Compétence 2 : Définir une stratégie marketing

- Etablir une veille sur les tendances et innovation du secteur
- Construire une tarification en tenant compte du positionnement marketing
- Réaliser un plan d'actions marketing intégrant les canaux de distribution et les partenaires

Compétence 3 : Concevoir une stratégie commerciale

- Construire des objectifs commerciaux précis et réalistes en cohérence avec le modèle économique de l'entreprise
- Elaborer un plan de prospection en précisant les moyens commerciaux et les moyens de production suivant des échéances déterminées
- Construire des objectifs commerciaux précis et réalistes en cohérence avec le modèle économique de l'entreprise

Compétence 4 : Elaborer un plan de prospection

- Construire les objectifs d'acquisition client adaptés aux moyens et à la production
- Construire un fichier de prospection
- Organiser une prospection en fonction d'une hiérarchisation du fichier prospects
- Réaliser le suivi d'un plan de prospection

Compétence 5 : Acquérir une première approche de la conduite d'un entretien de vente

- Les attentes du client-La relation client
- Avoir la bonne posture commerciale
- S'initier à un entretien de vente et répondre aux objections

POUR QUI?

Toute personne qui envisage de créer son entreprise et qui souhaite améliorer des compétences commerciales avant de créer

PRÉREQUIS

Parler, lire et écrire le français

Effectuer les quatre opérations de base en mathématiques: addition soustraction, multiplication, division

Utiliser couramment les outils bureautiques

NOMBRE DE PARTICIPANTS

5 à 8 maximum.

Afin de favoriser l'interactivité, permettre à chacun d'aborder ses problématiques personnelles et bénéficier de réponses adaptées

DURÉE DE LA PRESTATION

2 jours

FORMATEUR

Anne MONTUORI

Responsable pédagogique et de formation BGE COTE D'AZUR

DATES

Disponibles sur bge-cotedazur.fr



BGE ECOLE DE L'ENTREPRENEURIAT
234 BOULEVARD DU MERCANTOUR
06200 NICE

ACCESSIBILITÉ

Nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap.

Lors de votre premier contact, notre accueil traitera vos besoins d'adaptation.

Vous pouvez nous contacter au 04 93 89 45 65 ou à l'adresse suivante :

contact@bge-cotedazur.fr



PROGRAMME

RÉALISER UNE ÉTUDE DE MARCHÉ

- Déterminer les composantes d'un secteur d'activité : concurrents, fournisseurs, partenaires, prescripteurs
 - Décrire les caractéristiques d'une clientèle
 - Identifier la réglementation liée à un projet entrepreneurial
 - Sélectionner les informations en fonction du projet et de l'activité
 - Décrire les étapes d'élaboration d'une stratégie marketing et commerciale
 - Définir les critères de choix d'une zone d'implantation
- Identifier les différents moyens commerciaux

S'INITIER À UN ENTRETIEN DE VENTE

- Distinguer les étapes d'un entretien de vente
- Identifier des techniques liées à la conduite d'entretien : questionnement, traitement des objections, relance
- Identifier les principales caractéristiques des bénéficiaires d'une offre pour répondre aux attentes des clients
- Identifier les différentes catégories de motivations, de freins et de comportement d'achat
- Catégoriser les clients à partir de leurs attentes et de leurs motivations

DÉFINIR UNE STRATÉGIE MARKETING

- Définir la proposition de valeur
- Catégoriser une clientèle sous forme de persona à partir de la segmentation client
- Identifier les canaux et actions de communication et de distribution à mobiliser en lien avec la stratégie marketing visée

CONCEVOIR UNE STRATÉGIE COMMERCIALE ET UN PLAN DE PROSPECTION

- Spécifier les éléments structurants d'une stratégie commerciale : marché, objectif, cible, projet, partenaires (dont les prescripteurs)
- Associer des canaux de distribution à un ciblage de clientèle
- Sélectionner les actions commerciales adaptées à la clientèle ciblée et aux canaux de distribution envisagés
- Identifier des outils et processus de suivi des objectifs fixés pour identifier des points forts et des axes d'amélioration de la stratégie adoptée
- Distinguer les différents types de prospects
- Choisir les moyens de prospection adaptés à la stratégie commerciale : approche directe, téléphone, e-mailing, réseaux sociaux... et approche indirecte (salons, conférences, webinars, recommandation, essai gratuit...)
- Distinguer les outils d'organisation de la prospection : fichier, clients, fichiers prospection, plan de prospection

Prise en charge possible

Conditions d'éligibilité :

- Percevoir l'ASS, le RSA, ou
- Être chômeur de longue durée, ou
- Jeunes inscrits à la mission locale, ou
- Autres conditions possibles



Connectez-vous à l'application « MonCompteFormation » - recherchez Association pour le conseil des entrepreneurs créateurs - Sélectionnez la formation

Globalement
100% de satisfaits
Plus de 98 % des
participants très
satisfaits



Tarif : 420 €

Pour toute information complémentaire, contactez-nous !

☎ 04 93 89 45 65 ✉ contact@bge-cotedazur.fr