Expertise Performance Solutions Compétences

ASCENCIEL

Développement des compétences, formation, conseil

DEVELOPPEMENT & STRATEGIE COMMERCIALE

Durée – 2 jours (14 heures) | **Public –** Dirigeant, responsable du développement, direction commerciale ou de centre de profit, toute personne en charge du développement.

Prérequis – Aucun.

Intervenant – Formateur expert en développement commercial.

Objectifs pédagogiques

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- ✓ Analyser leur marché et leur positionnement commercial
- ✓ Identifier les opportunités de développement et les segments de clientèle prioritaires
- ✓ Définir une stratégie commerciale cohérente avec les objectifs de l'entreprise
- ✓ Construire un plan d'action commercial structuré
- ✓ Mettre en place des indicateurs et outils de pilotage de la performance commerciale
- ✓ Mobiliser les équipes autour de la dynamique commerciale

Contenu pédagogique

✓ **Analyser son marché et son positionnement (Analyser)**
- Photographie de l'existant : offre, clients, suspects, prospects, opportunités, contraintes
- Analyser son marché et son positionnement commercial
- De quels moyens et de quelle organisation l'entreprise est-elle dotée ?

✓ **Identifier les opportunités et les segments prioritaires (Analyser)**
- Identifier ses clients et ses prospects
- Qualifier ses fichiers pour une exploitation de données objectives — sortir de la navigation à vue et du « feeling »
- Identifier les opportunités de développement et les segments de clientèle prioritaires

✓ **Définir sa stratégie commerciale (Structurer)**
- Définir et communiquer une stratégie commerciale au service de la stratégie générale
- Quels objectifs de développement l'entreprise vise-t-elle ?
- De la vente « forcée » à la vente conseil : quelle posture pour l'équipe ? Où en est-elle ?

✓ **Se distinguer de ses concurrents (Structurer)**
- Caractéristiques de son offre : définition, intérêt, spécificité
- Arguments : les 7 bonnes raisons
- Preuves : les bénéfices client

✓ **Construire son plan d'action commercial (Structurer)**
- Formaliser son plan d'action et sa programmation
- Actions, cibles, période, méthode, coût, évaluation, ajustement

✓ **Piloter la performance et mobiliser les équipes (Piloter)**

- Mettre en place des indicateurs et outils de pilotage de la performance commerciale
- Mobiliser les équipes autour d'objectifs communs et d'une dynamique commerciale partagée
- Évaluer ses besoins en compétences et en recrutement ; élaborer son plan de formation

Démarche et méthodes pédagogiques

Démarche active, centrée sur l'apprenant qui « agit ». Chaque séquence produit un livrable pour votre entreprise : diagnostic, stratégie, plan d'action et tableau de bord se construisent en atelier. Méthodes :

- ✓ Participative : basée sur le questionnement des participants.
- ✓ Active : fait appel à l'expérience, à la réflexion, à l'initiative et à la motivation des apprenants.
- ✓ Travail sur votre marché, votre offre et vos données réelles.

Moyens pédagogiques

Brainstorming et brefs exposés ; Mise en situation, analyse et production ; Simulation et résolution de problèmes ; Livrables directement exploitables.

Modalités d'évaluation

- ✓ Évaluation formative en cours de module
- ✓ Évaluation des acquis réalisée avec un QCM
- ✓ Satisfaction à chaud et à froid (sous 4 mois)

Sanction de la formation – Certificat de réalisation