

Programme de Formation Stratégie Commerciale

(mise à jour juillet 2025)

Public : Entrepreneurs, dirigeants, indépendants ou responsables souhaitant structurer et optimiser leur démarche commerciale afin de développer durablement leur activité.

Pré-requis : Exercer une activité professionnelle ou être en phase de lancement.

Contact & Admission : Entretien physique ou téléphonique avec Elisabeth Catusse afin d'évaluer les besoins et attentes du stagiaire et finalisation de la demande de prise en charge.

Modalités & délais d'accès : Inscription 1 mois au plus tard avant le démarrage de la formation.

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre les fondamentaux du développement commercial.
- Élaborer une stratégie commerciale claire, réaliste et efficace.
- Maîtriser les techniques de prospection, vente et négociation.
Développer ses canaux de distribution et optimiser la relation client.
- Suivre ses performances et ajuster ses actions pour favoriser une croissance durable.

Résumé du plan :

1. Compréhension des enjeux commerciaux et analyse de son environnement.
2. Construction de son positionnement et définition des objectifs.
3. Prospection, vente, négociation et fidélisation client.
4. Suivi de la performance et mise en œuvre d'un plan d'action durable.

Méthodes mobilisées (Moyens techniques & Pédagogiques) : Formation interactive mêlant apports théoriques, cas concrets, échanges d'expériences, outils opérationnels et exercices pratiques.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap : Avant chaque formation, nous réalisons un diagnostic personnalisé (fiche d'entrée en formation).
Si nécessaire, nous orientons sur des structures spécialisées.

Référent Handicap : Cécile Fiter - 07 83 67 20 79 - cecilefiter@gmail.com

Support pédagogique : Un diaporama (PowerPoint) récapitulatif est remis au stagiaire.

Modalités d'évaluation : Exercices pratiques & études de cas avec le formateur sur la stratégie commerciale du stagiaire.

Durée : 4 jours (32 heures) **Prix :** sur demande

Jour 1 – Les fondamentaux de la stratégie commerciale

- Introduction à la stratégie commerciale : pourquoi structurer sa démarche ? Identifier ses opportunités commerciales (marché, environnement, tendances).
 - Réaliser une analyse de marché et segmenter sa clientèle.
 - Définir un positionnement différenciant et une proposition de valeur forte.
-

Jour 2 – Objectifs, prospection et plan d'action

- Définir des objectifs SMART et établir des priorités commerciales.
 - Méthodes de prospection adaptées à son activité (physique, digitale, mixte).
 - Outils et techniques de prospection : emailing, réseaux sociaux, salons, réseau.
 - Création d'un plan d'action commercial (court, moyen, long terme).
-

Jour 3 – Vente, négociation, distribution, relation client

- Maîtriser l'entretien de vente : découverte, argumentation, conclusion.
 - Gérer les objections, conclure avec efficacité.
 - Identifier et optimiser ses canaux de distribution (directs, indirects, digitaux).
 - Créer une relation client de qualité et instaurer une fidélisation active.
-

Jour 4 – Suivi de performance et croissance durable

- Mettre en place des indicateurs de suivi commercial.
- Analyser les résultats et ajuster les actions commerciales.
- Intégrer les retours clients dans sa stratégie.
- Élaborer un plan de développement commercial à long terme.