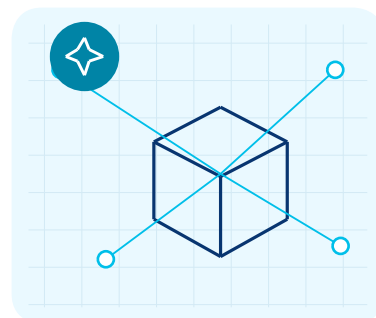


COMMUNICATION

VEN-049

Construire sa stratégie commerciale B2B et B2C

Construire sa stratégie commerciale : analyser son marché, segmenter ses clients professionnels et particuliers, choisir ses canaux et ses offres, fixer des objectifs et un plan d'action commercial.



DURÉE

14 heures



FORMAT

Visio



TARIF

Sur devis



FINANCEMENT

Étude OPCO



NIVEAU

Selon prérequis



Validation et reconnaissance

Attestation de fin de formation et certificat de réalisation. Cette formation ne prépare pas à une certification enregistrée au RNCP ou au répertoire spécifique.



Une formation adaptée à vos besoins

Questionnaire avant la session : offre vendue, cibles, cycle de vente, outils utilisés, difficultés. Les cas et jeux de rôle sont construits sur l'activité réelle des participants.



Délai d'accès

Sous 15 jours selon les disponibilités, après analyse du besoin.



Accessibilité

Les besoins d'aménagement sont étudiés avant la session avec notre référent handicap.



Ce que vous saurez faire à l'issue de la formation



Objectif 01

Réaliser un diagnostic du marché, de la concurrence et de son portefeuille de clients.



Objectif 02

Segmenter ses clients en distinguant les logiques d'achat professionnelles et particulières.



Objectif 03

Définir pour chaque segment prioritaire une offre, un prix et des canaux adaptés.



Objectif 04

Fixer des objectifs commerciaux chiffrés et les indicateurs de suivi.



Objectif 05

Construire un plan d'action commercial annuel.



Public visé et prérequis



Pour qui

Dirigeants de PME. Responsables commerciaux et marketing. Créateurs et repreneurs d'entreprise.



Prérequis

Connaître ses chiffres de vente, son offre et ses clients.



Déroulement de la formation

Dates, horaires, lieu ou accès à distance sont confirmés dans la convocation. Le livret d'accueil, le règlement et les contacts utiles sont transmis avant la session.



Programme détaillé

01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16
----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

14 heures · 16 séquences · programme adapté après positionnement



1

Diagnostic - Analyse du portefeuille

chiffre d'affaires, marge, concentration



2

Diagnostic - Marché et tendances



3

Diagnostic - Concurrence et positionnement



4

Diagnostic - Forces, faiblesses, opportunités, menaces



5

Segments et offres - Logiques d'achat B2B et B2C



6

Segments et offres - Segmentation et choix des cibles prioritaires



7

Segments et offres - Proposition de valeur par segment



8

Segments et offres - Prix et conditions



9

Canaux et objectifs - Canaux

vente directe, partenaires, distribution, en ligne



10

Canaux et objectifs - Cohérence et coûts des canaux



11

Canaux et objectifs - Objectifs chiffrés



12

Canaux et objectifs - Indicateurs de pilotage



13

Plan d'action - Actions, moyens, responsables, échéances



14

Plan d'action - Budget commercial



15

Plan d'action - Rituels de suivi



16

Plan d'action - Présentation de la stratégie

✓ Méthodes pédagogiques et évaluation

Méthodes pédagogiques

Apports courts et exemples tirés de ventes réelles. Jeux de rôle observés et débriefés. Travail sur l'offre et les clients des participants. Trames et outils remis à chaque participant.

✓ Évaluation des acquis

Pendant : diagnostic relu, choix argumentés, objectifs vérifiés. En fin de formation : plan noté et quiz. Questionnaire de satisfaction à chaud.

Moyens et supports pédagogiques

Salle ou classe virtuelle, support projeté. En classe virtuelle : connexion stable, webcam et micro. Tableur.

Financement

Financement possible par l'entreprise ou son OPCO selon les règles applicables et après accord écrit. Aucune prise en charge n'est garantie avant cet accord.

NOVA ACADEMY - société par actions simplifiée (SAS) - SIRET 993 541 879 00017. Déclaration d'activité n° 76 34 14584 34. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État. Certification CERT_S0626_0811 délivrée par CEVA Solution, pour les actions de formation. Contact : formation@capsulecom-nova.fr.