



# STRATEGIE COMMERCIALE

**GUIDEZ SEBASTIEN**

**06-69-30-27-52**

[sebastien.guidez@sg-formation.com](mailto:sebastien.guidez@sg-formation.com)

**DUREE** : 14 heures

**PUBLIC VISE** : Responsable, Vendeurs, Chargé(e) de relation clients

**MODALITES D'ACCES** : nos formations sont ouvertes toute l'année (Contactez-nous)

**ACCESSIBILITE** : Une adaptation des formations pour les personnes en situation d'handicap est possible. (Nous contacter : *Audrey, référent Handicap : 06 58 30 42 22*). Les lieux de formation seront accessibles aux personnes en situation de handicap. Une vérification sera établie.

**MOYENS PEDAGOGIQUES** : formateur spécialisé - Supports pédagogiques (Power Point - Livret apprenant) - Suivi du programme de formation.

## **SUIVI, EVALUATION, SANCTION :**

→ Moyens permettant de suivre l'action de formation :

- Plans d'action de formation

→ Moyens permettant d'en évaluer les résultats

- Réalisation de travaux durant la formation (Exercices)

→ Sanction

- Délivrance d'une attestation d'assiduité

## **OBJECTIFS PEDAGOGIQUES :**

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Définir une stratégie commerciale
- Maîtriser le Mix Marketing
- Elaborer une stratégie commerciale
- Construire une offre commerciale
- Choisir le bon canal de distribution
- Choisir ses fournisseurs

## **PREREQUIS :**

Aucun



## PROGRAMME

### JOUR 1

#### COMMENT DEFINIR SA STRATEGIE COMMERCIALE

Définir ses objectifs et ses ambitions  
Comprendre son marché  
Définir ses cibles  
Identifier les angles d'attaque  
Se préparer pour gagner  
Se mettre en action  
Suivre le bon déroulé des opérations

#### LA THEORIE DES 4 P (MIX MARKETING)

Produit  
Prix  
Promouvoir le produit (Communication)  
Place

## COMMENT ELABORER VOTRE STRATEGIE COMMERCIALE

Pourquoi ?

Comment ?

Exercice 1 : Faire le SWOT de son entreprise

Exercice 2 : Construire un plan d'action commercial

## JOUR 2

### COMMENT CONSTRUIRE UNE OFFRE

Se démarquer de la concurrence

Cibler votre clientèle

Les marchés de niche

La prospection

### COMMENT CHOISIR LE BON CANAL DE DISTRIBUTION

Les réseaux de distribution et les acteurs

Choisir le canal de distribution le mieux adapté

### COMMENT CHOISIR SES FOURNISSEURS

La méthode à suivre

Sur quels critères effectués son choix ?

Entretenir la relation commerciale avec le fournisseur

Exercice 1 : Etablir la zone de chalandise de son entreprise

Exercice 2 : Créer une offre commerciale

Exercice 3 : Construire un tableau comparatif de vos fournisseurs

Evaluation finale