

REALISER SON ETUDE DE MARCHÉ ET DEFINIR SA STRATEGIE COMMERCIALE



Modalités / Lieu

Formation en présentiel
ou distanciel
Collective ou individuelle
Inter ou intra entreprise



Durée

35 heures / 5 jours



Horaires

Horaires et dates proposés dans
la convention de formation
suivant les besoins et
disponibilités des participants



Public

Créateur d'entreprise
Chef d'entreprise
Salarié
Demandeur d'emploi



Prérequis

Avoir un projet de création
d'entreprise
Maîtriser les 4 opérations
mathématiques
Utiliser les outils bureautiques

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Acquérir la méthode pour réaliser une étude de marché et une stratégie commerciale cohérente
- Analyser son marché, définir sa politique commerciale
- Evaluer une hypothèse haute et une hypothèse basse de chiffres d'affaires
- Identifier les techniques de prospection adaptées à votre projet
- Mettre en place un plan d'actions commerciales

PROGRAMME

- Définition et finalités d'une étude de marché : questions à se poser, étapes et structuration dans le processus du projet
- Etude de marché macro-économie : chiffres-clés du secteur d'activité, demande actuelle, tendances de consommation, réglementations, propositions de valeur
- Etude de marché micro-économie : définition du marché local, zone de chalandise à déterminer, études de la clientèle et de la concurrence, conclusion de l'étude avec la matrice SWOT
- Définition, finalités et structure de la stratégie commerciale : marketing stratégique (positionnement, avantages concurrentiels, typologie et segmentation de la clientèle) et marketing opérationnel (prestations, produits, prix, distribution et communication)
- Techniques de prospection : les 7 étapes de la vente pour structurer votre démarche commerciale
- Plan d'actions commerciales sur 6 et 12 mois avec priorités, indicateurs à surveiller et dates d'échéances

MOYENS TECHNIQUES ET ORGANISATIONNELS

Partie théorique sur supports pédagogiques structurés.

Partie pratique en individuel et/ou collectif : exercices pratiques, études de cas, simulations chiffrées, échanges d'expériences.

Suivi de la participation : signature de la feuille de présence par séquence.



Profil de la formatrice

Consultante Formatrice
spécialisée en Entrepreneuriat
Marketing Vente Gestion et
Communication

20 ans d'expérience dans la
formation et le suivi des Très
Petites Entreprises et des micro-
entreprises

Artisanat Commerce et Profession
Libérale



Accessibilité

Sylvie Page est formée pour
comprendre les besoins
spécifiques des apprenants en
situation de handicap

Contact référent Handicap :
Sylvie Page au 0671536653 ou
sylviepage41@outlook.fr



Tarif

1 750 € par participant* (modulable)

Nous contacter pour demander
un devis et connaître les
conditions de prise en charge

* nets de TVA

SUPPORTS REMIS AUX PARTICIPANTS

Support de formation reprenant les éléments essentiels de la formation et boîte à outils (fiches techniques avec exemples concrets, veille documentaire, sites indispensables expliqués...).

ATTEINTES DES OBJECTIFS ET EVALUATION

Mise en œuvre d'exercices pratiques, études de cas, et quizz à la fin de la formation permettant l'évaluation des acquis et l'atteinte des objectifs visés.

Evaluation qualitative de la formation : évaluation orale à travers un tour de table de clôture de l'ensemble des participant(e)s.

Evaluation individuelle sous format dématérialisé faisant l'objet d'une étude.

Remise en fin de formation d'une attestation de fin de formation précisant le niveau d'acquisition des compétences et des connaissances en cohérence avec les objectifs visés ainsi qu'un certificat de réalisation.



Les + de la formation

- ✓ Formation 100 % pratique avec rédaction du dossier
- ✓ Cas concrets et exemples réels adaptés à votre activité
- ✓ Veille documentaire et concurrentielle
- ✓ Modèles fournis : matrices, tableaux et check-lists