

## Construire sa clientèle et la développer avec une stratégie commerciale pertinente

Accessible aux personnes en situation de handicap

### OBJECTIFS DE FORMATION ET PÉDAGOGIQUES

- ✓ Savoir réaliser l'analyse stratégique de votre marché
- ✓ D'avoir une compréhension et connaissance fine de vos clients
- ✓ Définir une stratégie de ciblage pertinente
- ✓ Définir et exploiter votre avantage concurrentiel
- ✓ Savoir identifier les différents types de produits ou services créateurs de valeurs
- ✓ Comprendre l'intérêt d'e construire un plan d'actions commerciales clair



### DURÉE

14h : 2 journées x 7h de formation



### LIEU

Présentiel ou visio



### NOMBRE DE STAGIAIRES

Distanciel : 3 stagiaires minimum

Présentiel : 5 stagiaires minimum

Premium : individuel



### TARIF TTC GLOBAL

Distanciel : 980€ TTC/pers

Présentiel : 1290€ TTC/pers

Premium distanciel : 1900€ TTC/pers

Premium présentiel : 2200€ TTC/pers

### PUBLIC VISÉ

Porteurs de projet,  
créateurs d'entreprise,  
dirigeants d'entreprise

### DÉLAIS D'ACCÈS

Nos formations sont sur mesure  
et les dates et horaires adaptés  
aux besoins

### PRÉREQUIS NÉCESSAIRES POUR SUIVRE L'ACTION DE FORMATION

Aucun prérequis

### MOYENS PÉDAGOGIQUES ET D'ENCADREMENT MIS EN ŒUVRE

Alternance de séquences  
théoriques, questionnement,  
exercices. Contextualisation  
des concepts par des exercices  
se rapportant directement  
à des cas pratiques.

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

- ✓ Au démarrage :  
questionnaire d'évaluation,  
entretien
- ✓ En cours de formation :  
quizz, auto-évaluations,  
exercices pratique et correction  
groupée ou individuel
- ✓ Fin de formation : bilan,  
tour de table et attestation  
de fin de formation



## Construire sa clientèle et la développer avec une stratégie commerciale pertinente



### CONTENU PÉDAGOGIQUE – PROGRAMME DE LA FORMATION COMPLET

#### MODULE 1 « UNE STRATÉGIE COMMERCIALE ADAPTÉE »

- ✓ Définition
- ✓ Processus
- ✓ Définir son business model : La matrice Canvas
- ✓ Comprendre son marché et son environnement :  
les matrices SWOT et PESTEL

#### MODULE 2 « CONNAITRE SON CLIENT POUR MIEUX LE CIBLER »

- ✓ Identifier sa cible et la segmenter
- ✓ Connaître son client : Le Persona, client idéal
- ✓ Réaliser son mix marketing : les « 4 P »
- ✓ Construire une stratégie de fidélisation

#### MODULE 3 « CAP SUR L'OPÉRATIONNEL »

- ✓ Définir des objectifs stratégiques SMART
- ✓ Réaliser son plan d'actions commerciales
- ✓ Mesurer : les KPI ou indicateurs clés de performances