

PROGRAMME PEDAGOGIQUE

Initiation à la vente pour non-commerciaux

Objectifs de la formation :

- Savoir situer l'entreprise sur son marché
- Eviter les écueils en analysant son macro environnement
- Etre conscient des forces et faiblesses
- Positionner l'entreprise stratégiquement
- Faire un Mix efficace
- Dérouler son plan d'action

Public concerné et pré requis :

- Tout public
- Pré requis : aucun

Modalités techniques et pédagogiques :

- La formation est réalisée à l'aide de support formateur (vidéoprojecteur, documentation, exercices...).
- Pour les stages en entreprise, prévoir une salle de formation : paperboard, vidéoprojecteur.

Suivi et évaluation :

- Évaluation à partir d'une étude de cas concrète et interaction permanente entre les participants et le formateur.
- Questions / Réponses tout au long de la formation
- Attestation d'assiduité et de fin stage

Modalités de déroulement :

- Adaptation du programme en fonction du/des besoin(s) du/des stagiaire(s).
- Formation intra-entreprise ou inter-entreprises en présentiel ou à distance
- Durée : 2 jours
- Tarif intra: sur devis
- Présentiel ou à distance

Programme :

- 1) La problématique initiale
- 2) Étudier le marché
 - Offre
 - Demande
 - Environnement
- 3) Le Macro-environnement
 - Pestel (Politique-Économique- Sociétal- Technologique- Écologique- Légal)
- 4) Le Micro environnement
 - Zone de chalandise
 - 5 forces de Porter
- 5) Analyse fonctionnelle de l'entreprise
- 6) Le porteur de projet – Le dirigeant
- 7) SWOT Croisé
 - Forces
 - Faiblesses
 - Opportunités
 - Menaces
- 8) Problématique recentrée
- 9) Plan d'action Commercial et Marketing
 - Positionnement stratégique de l'entreprise
 - Marché de masse
 - Marché de niche
 - Pénétrer par les coûts
 - Écrémer
 - Les positions transitoires ou intenable
- 10) Marketing Mix
 - MIX 4 P
 - MIX 5P2i
- 11) Du Pitch à l'argumentaire de vente
- 12) Objectifs et Correctifs