



Définir sa stratégie commerciale pour chefs d'entreprise

OBJECTIFS :



- Maîtriser son environnement.
- Définir son positionnement.
- Définir les stratégies gagnantes.
- Valoriser son offre.

PROGRAMME :

Etude de marché :



- ✓ Les composantes de l'étude de marché.
- ✓ Les sources d'information.
- ✓ Les 5 forces de Porter.

Définir son offre globale

- ✓ Les composantes de l'offre globale
- ✓ La vision stratégique – la vision opérationnelle.
- ✓ Définir sa proposition de valeur.

Stratégie commerciale :

- ✓ Comment définir une stratégie commerciale.
- ✓ Se fixer des objectifs courts, moyens et long terme.
- ✓ Le matrice d'ANSOFF.
- ✓ La matrice FFMO.

Fixer ses prix :

- ✓ Les éléments à prendre en compte pour fixer un prix.
- ✓ Détails de la structure de coûts.
- ✓ Faire la différence entre prix de vente et coûts de revient.
- ✓ Définition et calcul de marge.
Comprendre les notions d'attitude motrice, de réserve et d'indifférence.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES ET OUTILS :



Equilibre entre apport théorique et mise en application : pendant la formation, le participant travaillera sur sa propre entreprise ou son projet (post-it, jeu de cartes, mise en situation).

POUR QUI ? :



Tout porteur de projet ou dirigeant d'entreprise (TPE / PME).

DURÉE :



1 jour.

PRÉREQUIS :



Cette formation ne nécessite pas de pré requis.

NOUS VOUS CONSEILLONS, EN COMPLÉMENT, LE MODULE SUIVANT :



Réussir son développement commercial pour chefs d'entreprise.