

## PROGRAMME

### → Prérequis

Aucun pré-requis n'est demandé en termes de compétences ni de formation initiale.

### → Durée

à partir de 2 jours de formation selon la taille de l'entreprise, les objectifs spécifiques et le public concerné.

*Délai d'accès : selon les délais des demandes de financement OPCO et planning*

### → Public visé

Cette formation s'adresse à tous les dirigeants et salariés d'entreprise dont une des missions est le développement commercial de l'entreprise.

### → Nombre de participants

De 1 à 10 personnes

Accueil des personnes en situation de handicap et aménagement possible, merci de nous consulter.

### → Outils pédagogiques

Salle, tables et chaises,  
Tableau effaçable / Paperboard.  
Vidéoprojecteur / ordinateur.

### → Méthodes Pédagogiques

Approche participative, déductive avec transmission des connaissances. exercices d'application.

### → Formateur(s)

Consultant expert en marketing et communication

### → Evaluation des acquis

Exercices d'application, évaluation continue par le formateur, auto-évaluation et attestation de fin de formation

### → Tarifs hors taxes

Module standard = 1 400 €ht  
Journée supplémentaire de formation = 700 €h

## PLAN MARKETING ET COMMUNICATION

### Objectifs de la formation

- Donner au stagiaire la méthode et les outils pour analyser les données commerciales dont il dispose et comprendre le plan de développement commercial.
- Savoir l'adapter à ses interlocuteurs et à son offre commerciale au fur et à mesure de son évolution.
- Construire un plan d'action marketing et communication qui soutiendra le développement de notoriété.

### PROGRAMME

#### 1. Identifier les Opportunités d'actions marketing

- Modéliser une segmentation clients
- Formaliser les objectifs et le message par cible
- Identifier les canaux et vecteurs de communication commerciale

#### 2. Identifier les ressources pour mener un plan d'actions

- Recenser les ressources de compétences disponibles
- Calculer un budget disponible

#### 3. Construire le plan d'actions marketing et communication

- Le modèle
  - o Présentation des modèles de plan de développement commercial et marketing
  - o Présentation de l'ensemble outils/ supports / canaux à disposition
- Exercice d'application : le cas de l'activité des stagiaires
  - o Reprise des éléments clés de la formation / mise en application
    - Segmentation de l'offre
    - Analyse de l'environnement
    - Identification et segmentation des cibles marchés
    - Cartographie de l'offre de services
    - Discours commercial
  - o Construction de plan d'action commercial et marketing

#### 4. Comprendre la méthodologie de suivi de plan d'actions

- Les indicateurs de suivi
- Les indicateurs de mesure de résultats des actions
- Méthode de revue du Plan d'actions avec les acteurs concernés et de révision

### Modalités de personnalisation

Ce programme correspond une formation standard construite pour pouvoir répondre aux objectifs de la plupart des entreprises et des professionnels.

Cependant, la durée de la formation sera adaptée en fonction de :

- o nombre des stagiaires
- o postes occupés par les stagiaires et compétences initiales
- o disponibilité des stagiaires
- o attentes spécifiques du dirigeant