

Certificat Stratégie et Développement Commercial

Dans un environnement de plus en plus concurrentiel, une stratégie commerciale performante est devenue l'un des piliers du développement de l'entreprise.

Pour un développement efficient et performant de son activité, le responsable commercial doit mettre en œuvre les moyens marketing et commerciaux pertinents et décliner la stratégie déterminée dans le pilotage et l'animation de son équipe.

11 jours

5 390 €

11 Octobre 2016 - 15
Mars 2017

Objectifs

- Maîtriser les éléments clés pour réaliser un diagnostic marketing et alimenter votre réflexion sur les synergies avec la stratégie commerciale
- Elaborer une stratégie commerciale, faire des choix de développement et savoir les justifier
- Définir une organisation commerciale performante et pertinente avec les choix stratégiques
- Planifier, mettre en œuvre et contrôler le plan d'action commercial

Programme et méthodologie

Notre approche pédagogique :

- Mobiliser pour agir avec efficacité.
- Expérimenter pour apprendre, au travers de mises en situation et d'études de cas réels.
- Apprendre de tous et à tout le monde, c'est le partage d'expertise et d'expérience qui favorise la créativité.

[Du marketing stratégique au plan marketing \(4 jours\)](#)

Auditer l'environnement
Opérer un diagnostic
Définir sa stratégie
Formaliser et mettre en œuvre le plan d'action marketing

[De la stratégie commerciale au plan d'action \(3 jours\)](#)

Déterminer la place du plan d'action commercial (PAC) dans la stratégie
Communiquer sur le PAC
Mettre le client au centre du PAC
Composer le PAC
Définir les outils



Audencia Nantes
École de Management
Nos formations
diplômantes

- Diplôme Directeur Financier
- Diplôme Directeur des Ressources Humaines
- Diplôme Directeur Commercial et Marketing
- Formation Audencia Executive MBA
- BADGE Responsable Commercial



CONTACT

Gaëlle Duchêne

02 40 37 46 11

gduchene@audencia.com

Optimiser l'organisation commerciale (2 jours)

Structurer et mettre en place les processus en adéquation avec la stratégie
Déterminer les missions de son équipe
Animer un réseau de vente

Piloter l'activité commerciale (2 jours)

Planifier la mise en œuvre du plan d'action commercial
Manager la performance
Mettre en œuvre les indicateurs pertinents de performance
Situer les objectifs et les résultats dans une perspective globale