

Piloter et développer son activité commerciale

Séquence 1 : Identifier les 4 piliers d'une stratégie marketing

Séance 1 : Construire son offre de produit

- Définir son positionnement
- Construire son offre de produits et services
- Cas pratiques

Séance 2 : Définir ses prix

- Définir ses coûts de revient
- Analyser la concurrence et le marché
- Cas pratiques

Séance 3 : Communiquer auprès de ses clients et prospects

- Définir son persona et ses motivations d'achat
- Identifier les différentes méthodes de communication
- Cas pratiques

Séance 4 : Distribuer ses produits

- Identifier les différentes méthodes de vente
- Cas pratiques

Séquence 2 : Gérer son activité au quotidien

Séance 1 : Planifier les temps forts de son activité

- Identifier les temps forts de son activité par domaine
- Construire un outil de planification

Optimiz.

CONSEIL ET ACCOMPAGNEMENT

Olympe Leborgne - Consultante Optimiz
www.optimiz.re

- Cas pratiques

Séance 2 : Décliner ses temps forts en plans d'actions opérationnels

- Décomposer les plans d'actions
- Mettre en place une méthodologie de gestion de projet
- Cas pratiques

Séance 3 : Construire un planning type

- Identifier les domaines d'actions et tâches récurrentes de la fonction
- Etablir un planning type
- Prioriser et planifier ses tâches
- Cas pratiques

Séance 4 : Piloter son CA et ses indicateurs

- Définir ses indicateurs clés
- Identifier les méthodes pour construire un prévisionnel de CA
- Cas pratiques

Optimiz.

CONSEIL ET ACCOMPAGNEMENT

Olympe Leborgne - Consultante Optimiz
www.optimiz.re