

<u>Intitulé :</u>	T4_ PREPARER SA STRATEGIE COMMERCIALE (1 à 2 j)
<u>Public visé :</u>	Porteur d'un projet de création.
<u>Pré-requis :</u>	Avoir réaliser son étude de marché.
<u>Objectifs pédagogiques :</u>	<ol style="list-style-type: none">1. Mettre en place une stratégie commerciale cohérente par rapport à son objectif de Chiffre d'Affaires.2. Identifier les moyens nécessaires à ses objectifs.
<u>Compétences visées :</u>	<ol style="list-style-type: none">1. Etre capable d'identifier les conditions de faisabilité et de rentabilité de son projet.2. Organiser une stratégie commerciale
<u>Déroulé de la formation :</u>	<p>Journée1 :</p> <p>Introduction à la formation</p> <ol style="list-style-type: none">1. Le modèle économique issu de l'étude de marché2. Positionnement et différenciation.3. Les objectifs : détermination et validation de la cohérence par rapport au catalogue de prestations / produits proposés.4. Stratégie commerciale :<ol style="list-style-type: none">1. se faire connaître2. Le plan d'action commercial5. Préparation de la seconde journée <p>Journée 2 :</p> <p>Rappel des éléments de la journée 1 et débriefe des travaux préparatoires.</p> <ol style="list-style-type: none">1) L'argumentation commerciale : construire une argumentation adaptée et réponse aux objections.2) La prise de rendez-vous3) Les bases de l'entretien commercial <p>Conclusion de la journée et synthèse de la stratégie commerciale</p>
<u>Moyens pédagogiques Techniques et d'encadrement :</u>	Support de formation remis au participant. Exercices pratiques. Travail personnel des stagiaires sur leur projet puis mise en commun. Consultant-formateur spécialiste de l'approche commerciale.
<u>Organisation :</u>	Présentiel. Apports théoriques au groupe par le consultant formateur.
<u>Effectif :</u>	à partir de 2
<u>Lieu :</u>	Agglomération nantaise, possibilité de réaliser la formation sur site.
<u>Durée :</u>	7 à 14 heures réparties en 2 à 4 X 3,5 H (selon l'effectif du groupe)