

**OBJECTIFS & COMPÉTENCES
PROFESSIONNELLES VISÉES**

- Identifier les axes de développement d'une entreprise
- Élaborer une stratégie efficace de développement commercial

COM_STRAT

2 jours - 14 heures

INTER ou INTRA SUR-MESURE

800 € en inter*

*pour les tarifs INTRA et demandeurs d'emploi : merci de nous consulter.

Prérequis et accessibilité

Aucun prérequis.

Si vous êtes en situation de handicap, merci de nous contacter afin que nous puissions vous accompagner et vous orienter au mieux dans votre demande et vos démarches.

Moyens pédagogiques et encadrement

Formation dispensée en présentiel ou à distance (sur demande) par un formateur professionnel du milieu de la vente : apports théoriques, exercices de mise en situation professionnelle.



LIEU DE FORMATION

à Modula Formation
(Bordeaux / Bayonne / Limoges / La
Rochelle) et/ou
à distance



DÉLAIS D'ACCÈS

Variable en fonction de votre statut, du
financeur et de notre planning inter



SUITE DE PARCOURS

Suggestion : Vente par téléphone



Modalités d'évaluation :

Avant la formation : audit des besoins et du niveau

A la fin de la formation : évaluation de la compréhension et de l'assimilation des savoirs et savoir-faire par le formateur

Formation qualifiante : attestation de fin de formation (appelée « certificat de réalisation »)

www.modula-formation.com

Contactez-nous !

05 56 44 58 68

contact@modula-formation.com

7, avenue
Raymond Manaud
33520 BRUGES

ANALYSE DE L'ENTREPRISE

- Analyser les différents « business model »
- Analyser son activité et définir des axes de développement
- Comprendre son environnement et l'analyser
- Confirmer que l'offre commerciale répond aux besoins du marché ciblé
- Créer et mettre en place des actions de veille afin de rester à l'écoute du marché

DEFINIR SA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT

- Sélectionner les choix des scénarios stratégiques en cohérence avec le projet
- Identifier des priorités en fonction de l'attractivité et de la rentabilité de l'activité

METTRE EN PLACE SA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT

- Détecter les difficultés potentielles et les marges de progrès
- Analyser la rentabilité de ses produits et services (ROI)
- Sélectionner ses axes de développement en fonction de sa rentabilité
- Optimiser la gestion, l'organisation et la rentabilité

GERER LA RELATION CLIENT

- Placer le client au cœur du système
- Développer et enrichir la base de données clients
- Maitriser les outils de gestion de la relation client

