



**DURÉE DE VOL :** 6 à 12 mois



**COÛT :** 4500 € à charge (pour une valeur de de 15 000 €).



**FORMAT :**

**Individuel :** 11 jours d'accompagnement

**Suivi des actions :** 1 journée d'ingénierie

**Collectif :** 4 jours de formation

## 1 VOYAGE COLLECTIF EN 4 ESCALES

1

### OPTIMISER MON POSITIONNEMENT MARKETING

Segmenter mon marché, travailler mon positionnement marketing concurrentiel, définir mon argumentaire de vente et ma stratégie de pricing.

2

### METTRE EN PLACE MA STRATÉGIE COMMERCIALE APPRÉHENDER LES BASES DE TECHNIQUES DE VENTE

Définir ma stratégie commerciale et mon go to market, comprendre mes canaux de conversion et me fixer des objectifs, optimiser ma prospection (techniques de vente), préparer et réussir mon entretien commercial, négocier et défendre mon prix.

3

### STRUCTURER ET PILOTER MA GESTION COMMERCIALE

Comprendre et utiliser les outils de pilotage de la fonction commerciale (CRM...), faire du webmarketing un canal de vente (stratégies d'acquisition clients sur mon site internet et sur LinkedIn), structurer et manager mon équipe commerciale dans le temps.

4

### METTRE EN PLACE MES OUTILS DE VENTE

Définir et structurer mes outils de vente en fonction de mes canaux (plaquette commerciale, PLV stand, site e-commerce ...).



# 1 SERVICE INDIVIDUEL BUSINESS CLASS !



## DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL ET PROSPECTION

- Construction d'une liste de prospects qualifiés
- Campagne de prospection téléphonique externalisé
- Construction d'une stratégie d'acquisition client BtoB
- Construction d'une stratégie de distribution
- S'outiller pour le suivi des clients

## ACCÈS AU MARCHÉ ET ACQUISITIONS DES PREMIÈRES RÉFÉRENCES

- Construction d'une stratégie et d'une offre de lancement
- Qualification et segmentation des différents acteurs du marchés
- Etude de marché complémentaire
- Identification des leader d'opinion et des concurrents



## MAITRISE DE VOTRE OUTIL MARKETING OPÉRATIONNEL



- Mise en œuvre d'un outil de prospection automatisé (Linkedin, mail, pub ciblée)
- Construction de l'ensemble des outils de communication à visée commerciale
- Préparation des salons
- Stratégie de relation presse
- Stratégie de valorisation des premiers clients (témoignages client...)
- Stratégie de référencement

## ORGANISATION DE LA FORCE DE VENTE

- Industrialisation du processus commercial
- Identification des besoins et traduction en profil à recruter / à former
- Articulation de la force de vente (interne/externe ; RH du commercial)



*Embarquement  
Janvier 2025*

