



LE CAMPUS
By CCI Nièvre

FORMATION & ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR

DURÉE ET DATES

3 JOURS - 21 HEURES

FORMATION SUR
MESURE

> DATES A DÉTERMINER

...

**PERFORMANCE
COMMERCIALE**



**INTÉGRER LA
LOGIQUE
COMMERCIALE DE
L'ENTREPRISE** ///

Contact Inscriptions

Catherine
Guyon

06.64.19.28.27
c.guyon@nievre.cci.fr

TARIFS

Sur mesure

NOUS CONSULTER

Le Campus by CCI Nièvre
74, Rue Faidherbe - 58000 NEVERS
E-mail : formation@nievre.cci.fr
Site Internet : nievre.cci.fr



INTEGRER LA LOGIQUE COMMERCIALE DE L'ENTREPRISE

PUBLIC

Toutes personnes de tous secteurs d'activités ayant une mission d'encadrement (responsables d'unité, chefs de service, chefs d'atelier, chefs de secteurs, chefs d'équipes, dirigeants de PME-PMI...) et qui souhaitent appréhender le fonctionnement commercial de l'entreprise.

PRÉREQUIS

Cette formation ne nécessite aucun pré-requis particulier

OBJECTIFS

Maîtriser les outils, méthodes et techniques permettant de comprendre pleinement l'ensemble des missions couvertes par la dimension gestion commerciale.

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

Le stagiaire sera en mesure de :

- Intégrer l'utilisation d'un plan marketing dans la fonction commerciale
- Mettre en place les outils marketing dans sa stratégie commerciale
- Établir sa propre stratégie commerciale
- Maîtriser le pilotage de l'activité aux travers des outils et de la lectures des indicateurs de performance

MÉTHODES ET SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Exposés-débats
Réflexions et échanges d'expérience.
Construction d'outils.
Un support de cours est remis au stagiaire.

ANIMATEUR

Cette formation est assurée par un spécialiste du domaine avec une expérience significative en entreprise et de pédagogie en formation
Nos formateurs sont sélectionnés et référencés selon un processus Qualité

SUIVI ET ÉVALUATION

Une attestation d'assiduité, une copie de la feuille d'émargement, un questionnaire de satisfaction ainsi qu'un questionnaire d'auto-évaluation pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation sont remis aux stagiaires en fin de journée.

PROGRAMME

L'ampleur de la fonction commerciale

- la démarche marketing
 - les notions générales
 - l'approche client et la segmentation
- les outils marketing du responsable commercial
 - le produit
 - le prix du produit
 - la distribution
 - la communication
- la stratégie commerciale
- la force de vente et le plan marketing

Le pilotage de l'activité

- les indicateurs à suivre
 - le choix des données
 - les tableaux de bord
- la nécessité d'une méthode de vente
- l'analyse et le suivi de l'activité des vendeurs
 - le suivi des résultats
 - l'accompagnement terrain
- le coaching efficace des commerciaux