













## Développement commercial initiation

 Durée	2 Jours - (16 Heures)	 Modalité d'accès	Aucune
 Pré-requis	Une première expérience dans une fonction commerciale est souhaitée	 Date	Voir convention
 Public	Chef d'entreprise, Commerciaux, et toute personne étant en charge de prospection clients et souhaitant stimuler l'activité commerciale	 Lieu	INTRA
 Intervenants	Formateur en marketing issu du commerce	 Délai d'accès	Définir avec l'entreprise
 Nb participants	1 à 5	 Accessibilité	L'organisme de formation étudiera l'adaptation des moyens de la prestation pour les personnes en situation de handicap
 Prix	Voir convention	 Obligations réglementaires	Aucune

### Méthode pédagogique :

Alternance d'apport théorique et d'entraînements. Mise en pratique par les stagiaires sur des cas types et/ou sur des cas typiques de l'entreprise. Jeux de rôles et mises en situation.

### Outil pédagogique :

Supports papiers

### Évaluation :

Exercices de validation en continu et des appréciations tout au long de la formation : une note en pourcentage avec QCM d'entrée et QCM de sortie.

### Validation :

Attestation de fin de stage

## OBJECTIF

Maîtriser les outils nécessaires au développement commercial de son magasin - Acquérir les méthodes d'un plan d'action

## PROGRAMME

### JOUR 1 :

#### Développer votre secteur avec le PAC « Plan d'Actions Commerciales »

#### Analyser les opportunités, mesurer les risques

- Collecte de l'information
- Sélection des marchés
- Portefeuille clients
- Portefeuille produit

#### Choisir son mode de pénétration du marché

### JOUR 2 :

#### Bâtir un plan d'action Commerciale

- Politique tarifaire
- Stratégie de communication

#### Assurer le suivi du plan d'action commerciale, négocier les ventes

- Offres techniques et commerciales
- Outils et méthode de négociation