Structurer son développement commercial

Domaine : Stratégie et organisation

Durée : 7 h

Intervenant : Intervenant précisé lors de la proposition.

Version : 1

Édition : 06/11/2026

Présentation

Clarifier ses cibles, sa proposition de valeur et les étapes d'un plan de développement commercial.

Public et prérequis

Dirigeants, responsables commerciaux et porteurs de projet.
Une expérience ou un projet professionnel permettant de participer aux exercices.

Objectifs

Segmenter un marché et définir des cibles prioritaires.
Formuler une proposition de valeur adaptée.
Construire un plan d'action commercial et ses indicateurs.

Analyser son marché - 2 h 20 min

Identifier les besoins, les segments et les alternatives proposées aux clients.

Construire son positionnement - 2 h 20 min

Relier les bénéfices de l'offre aux attentes des cibles et aux preuves disponibles.

Organiser l'action commerciale - 2 h 20 min

Définir les canaux, les étapes de suivi et un tableau de bord adapté aux ressources.

Méthodes, évaluation et accessibilité

Apports structurés, échanges, étude de cas et exercices adaptés aux objectifs de l'équipe.
Évaluation des acquis à partir des exercices et d'une restitution en fin de formation.
Les besoins d'accessibilité sont étudiés lors du cadrage de la demande.

Conditions du certificat de réussite

Présence minimale pour les séquences accompagnées : 100 %. Évaluation validée requise. Le certificat de réalisation constate les activités et présences effectives.

Modalités commerciales

Intra : Sur devis par groupe.
Les modalités de règlement sont précisées dans le devis et la convention.
Les conditions d'annulation sont précisées dans le devis et la convention.