

# Elaborer sa stratégie commerciale

## OBJECTIFS

Réfléchir et analyser votre stratégie actuelle  
Déterminer et valider les choix stratégiques  
Formaliser votre plan stratégique

## CONTENU

### 1. Bâtir votre analyse stratégique

Connaître la finalité de l'entreprise  
Appréhender l'ambition des dirigeants  
Analyser le marché (externe) et l'entreprise (interne)  
Etablir la segmentation stratégique à partir de l'étude marché/produits/utilisation/distribution

### 2. Valider vos choix stratégiques

Définir votre positionnement stratégique  
Utiliser les différentes matrices de situation  
Savoir gérer une stratégie de portefeuille  
Clarifier les choix possibles : domination / différenciation / concentration  
Identifier les options stratégiques, les manœuvres correspondantes et les ressources nécessaires  
Sélectionner les axes prioritaires en mesurant l'impact financier des choix, P&L, Investissements, BFR et aux conséquences sur l'organisation

### 3. Elaborer votre planification stratégique

Définir les objectifs à atteindre  
Mettre en place le plan d'actions par fonction  
Identifier et prioriser les actions : ciblage des potentiels, formulation de l'offre, définition du mix, conquête ou développement clientèle existante, techniques de vente / moyens d'animation  
Décliner le plan en séquences temps / étapes / responsables  
Elaborer les outils de contrôle, le tableau de bord et les principaux indicateurs

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Cours théoriques et personnalisés par un formateur  
Jeu de rôle et mise en situation

## MODALITES

Présentiel

## PUBLIC

Dirigeants PME, directeurs des ventes, directeurs commerciaux, chefs d'agence

## PRE-REQUIS

Aucun

## DUREE

1 jours