

marketing stratégique

Objectif:

Cibler la clientèle et définir une politique commerciale en conformité avec la stratégie de l'entreprise et les objectifs des dirigeants.

Public :

Dirigeants et cadres de direction des structures PME.

Pré-requis :

Aucun.

Contenu :

Les objectifs de l'entreprise : Sa mission, son métier

Les objectifs personnels des dirigeants

La taille de l'entreprise, maintenant et à terme

Les perspectives de croissance

Les ressources de l'entreprise : Financières, humaines, techniques et commerciales

L'analyse du marché

Les différentes manières de rechercher et analyser les opportunités

Les opportunités d'activité, leur formalisation

Le filtre des forces et faiblesses de l'entreprise

Le filtre de la concurrence / zone de chalandise ou zone d'influence

Le ciblage ou la définition de couples produits / marchés

La fixation d'objectifs sur chaque couple produits / marché : Quantitatifs, qualitatifs et dans le temps

Audit gratuit et sans engagement

Les acquis sont vérifiés tout au long du stage et validés par un test final.

Un suivi back-office est assuré gratuitement en ligne par nos formateurs.
Une attestation de stage est remise au participant le dernier jour.

Un livre-support de cours est compris dans la formation.