



Approche stratégique et communication commerciale

Objectifs de formation

- Mettre en œuvre un plan d'actions de communication adapté aux objectifs et ressources de l'entreprise et tenant compte de son environnement commercial
- Exploiter les outils numériques facilitant le pilotage des activités commerciales, de prospection et de mise en valeur des prestations de l'entreprise
- Effectuer les démarches administratives liées aux réponses aux appels d'offres

Programme détaillé

Le positionnement de l'entreprise dans son environnement commercial

- Les points clefs de l'analyse de la clientèle et de la concurrence (externe)
- L'analyse de l'offre de l'entreprise (interne)
- Le plan d'actions commerciales et de communication en lien avec le chef d'entreprise

Mise en œuvre d'actions commerciales et d'outils de communication

- La promotion des prestations de l'entreprise auprès des clients, des prescripteurs et des prospects en utilisant différents supports : charte graphique, papier à entête, marquage des véhicules, des vêtements de travail et des chantiers, cartes de visite, site internet, plaquettes commerciales, enquêtes de satisfaction, événements, newsletters, ...
- L'organisation d'évènements spécifiques (portes ouvertes, foires et salons)

✓ **Durée** : 4 jours – 28 heures

✓ **Public visé** :

Chefs d'entreprise, conjoint(e)
salarié(e) ou conjoint(e)
collaborateur ou salarié(e)

✓ **Pré-requis** :

Aucun

✓ **Animation** :

Formateur qualifié et expérimenté.

✓ **Moyens pédagogiques** :

- Remise d'un support de formation
- Exercices de mise en situation

✓ **Moyens techniques** :

- Salle équipée avec vidéo-projecteur

✓ **Evaluation et sanction de la formation** :

- Feuilles d'émargement collectives
- Attestations individuelles de présence
- Vérification des acquis par des exercices tout au long de la formation

Utilisation des outils numériques à des fins commerciales et de prospection

- Les différents outils en ligne pour mettre en valeur l'image et les activités de l'entreprise
- Le e-mailing en campagnes de prospection
- Le logiciel de devis / facturation : échanges avec les clients, extraction de données, suivi et signatures des devis, envoi de questionnaires de satisfaction ...
- Réalisation d'une offre / un contrat dématérialisé avec signature électronique

Les appels d'offres et marchés de travaux publics ou privés

- Les différents intervenants, la veille sur les plateformes numériques
- La consultation des entreprises en marché public et en marché privé
- Constitution en lien avec le chef d'entreprise d'un dossier de réponse à appel d'offres sur support papier ou dématérialisé

Mesure des effets des plans d'actions commerciales et de communication

- L'évaluation des différents outils, le retour sur investissement pour l'entreprise