



Stratégie commerciale et de communication

Objectifs de formation

- Déterminer des priorités de prospection et de communication
- Définir des actions commerciales et de communications adaptées aux objectifs et ressources de l'entreprise et tenant compte de son environnement commercial

Programme détaillé

L'élaboration d'une stratégie commerciale

- Les points clefs de l'analyse de la clientèle et de la concurrence
- L'analyse de l'offre de l'entreprise dans son environnement : valeur-ajoutée de l'offre de l'entreprise dans son environnement
- De l'analyse à la stratégie commerciale : les étapes et les différents types de stratégie commerciale pour une entreprise artisanale du bâtiment

Techniques de prospection

- La définition des objectifs et des cibles
- L'élaboration d'un plan de prospection adapté à l'entreprise artisanale
- Le choix des canaux de prospection
- Le réseautage professionnel
- L'utilisation des outils numériques et des médias sociaux par les entreprises
- Le choix de la conduite des actions de prospection : une fonction partagée ?

✓ **Durée** : 3 jours – 21 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

Les outils de promotion de l'entreprise

- Les différents outils à disposition de l'entreprise : charte graphique, papier à en-tête, marquage des véhicules, des vêtements de travail et des chantiers, cartes de visite, site internet, plaquettes commerciales, enquêtes de satisfaction, événements, newsletters, ...
- Le choix des outils de communication, des moyens et des partenaires éventuels en fonction des besoins et objectifs de l'entreprise
- L'importance de la mise à jour des outils et de l'évaluation des résultats obtenus

Les spécificités de la communication digitale

- L'animation des outils de communication digitale
- Les différents types de référencement

**ASSOCIATION RÉGIONALE DE FORMATION
DE L'ARTISANAT DU BÂTIMENT DU POITOU-CHARENTES**

14, rue des Frères Lumière 86000 POITIERS  05 49 45 89 72  www.arfab.fr