

ADEA - Bloc 5 : Définissez la stratégie commerciale et votre marketing digital pour augmenter vos ventes



Objectifs

- Analyser le marché de l'entreprise ;
- Concevoir et mettre en œuvre un plan d'action commercial et marketing digital
- Commercialiser les produits et/ou services de l'entreprise ;
- Assurer la prospection, le suivi et la relation clients et/ou fournisseurs.



Méthodes et moyens

- Les cours se déroulent en salle de cours équipées d'outils multimédias
- Centre de Ressources Multimédia



Pédagogie et évaluation

- Formation axée sur la pratique et sur le quotidien d'une entreprise artisanale
- Evaluations des acquis tout au long de la formation
- Examens blancs à mi-parcours
- Examen suivant le calendrier de CMA France (courant janvier 2025.)
- 1 jour de cours au centre de formation par semaine (tous les lundis de 9h-17h)



Inscription

Lieu de formation

Metz

Contact

D. TITOTTO
dtitotto@cma-moselle.fr
03 87 39 31 53

Tarif

1729 €

Nous consulter pour connaître les modalités financières. Possibilité de prise en charge totale ou partielle sous conditions.



Durée

13 jours (les lundis)

91 heures

Du 09/09/24 au 16/12/2024



Prérequis

Aucun



Effectifs

Minimum : 5

Maximum : 15



Public

Assistant, adjoint de direction, secrétaire de direction, chef d'entreprise, demandeur d'emploi



Programme

La démarche marketing

- Le marketing stratégique et opérationnel
- La connaissance de ses clients, l'analyse de marché
- Les niches de développement

Le diagnostic interne et externe de l'entreprise

- L'entreprise dans son environnement
- Les opportunités et menaces du métier
- Les forces et faiblesses de l'entreprise

La stratégie marketing mix

- La définition de l'offre
- La fixation des prix, marges commerciales
- Les circuits fournisseurs
- Les actions de communication adaptées à la TPE PME
- Les solutions commerciales

La stratégie digitale, numérique

- La fiche entreprise sur Google
- Choix des canaux et des outils : site web, e-commerce, les réseaux sociaux pros,
- Gestion de l'image de l'entreprise
- Sécurisation d'une communication sur le web

Le plan d'action commercial

- L'organisation commerciale adaptée
- La déclinaison opérationnelle
- Les outils de prospection, fidélisation et l'organisation de la relation client

La posture commerciale

- L'accueil et la relation client physique et téléphonique
- L'entretien commercial, définition d'un besoin client
- Les démarches et outils de prospection et de fidélisation



Accessibilité

- Nous consulter pour les conditions d'accessibilités aux personnes handicapées.