



GROUPE ISDAFRIK

FORMATION

Thème :

LA RELANCE COMMERCIALE ET LA RECHERCHE DE NOUVEAUX MARCHÉS

FORMATEUR

GUEZO MEVO Sylvestre

Directeur Général, Groupe ISD-AFRIK

TOGO - BENIN - NIGER - BURKINA-FASO - COTE D'IVOIRE

info.tg@groupeisdafrik.com | info.bj@groupeisdafrik.com

 **+228 70 73 83 19 | +229 96 12 19 03**

THEME : LA RELANCE COMMERCIALE ET LA RECHERCHE DE NOUVEAUX MARCHES

Cette formation vise et consiste à booster le portefeuille commercial de votre entreprise en renforçant les compétences, les connaissances et l'expertise de vos commerciaux à atteindre leur objectif de chiffre d'affaires. Elle permet de montrer à l'équipe commerciale comment identifier de nouveaux clients potentiels dans le but d'accroître votre chiffre d'affaires afin de soutenir la croissance de votre entreprise et, ainsi, assurer sa pérennité.

Objectifs

- Maitriser les objectifs de votre direction commerciale et de votre direction générale
- Maitriser les outils de la mise en place d'un plan d'action commerciale
- Asseoir une planification commerciale
- Développer les compétences des commerciaux pour mettre en place un programme de fidélisation.
- Asseoir une politique communicationnelle cohérente avec un bon plan de communication produits.
- Développer et asseoir une politique Relationnelle
- Maitriser les rouages des dossiers d'appels d'offres
- Maitriser les techniques de mise en place d'une politique de veille concurrentielle
- Maitriser les techniques de vente commerciale afin de bien conclure les marchés

PROGRAMME :

Formation en 10 modules :

Module 1 : Planifiez et Evaluez vos performances sur les Objectifs du chiffre d'affaires de votre direction commerciale.

La performance commerciale **représente l'efficacité commerciale de votre entreprise**. Si on décompose cette notion, on parle de performance, donc de faire mieux, d'atteindre un meilleur rendement et de commerce, qui englobe l'acte de vendre un produit ou un service. Les commerciaux doivent mesurer leur efficacité commerciale afin de déceler les forces et les faiblesses de leur activité, et d'identifier les meilleurs leviers de performance.

Module 2 : Définissez les cibles de votre société et faites-vous connaître par vos cibles

Toute stratégie de communication commence par la détermination de son cœur de cible ou cible marketing. **Comment déterminer son cœur de cible ?** Le principe est le suivant en marketing : quand une offre s'adresse à tout le monde, elle ne parle à personne au final. C'est la raison pour laquelle il est important d'affiner et de lancer une **segmentation client**.

Module 3 : Etoffe et exploitez votre réseau et faites preuve d'imagination

Intéressez-vous avant tout à eux...pour qu'ils s'intéressent à vous en retour.

Sans vous transformer en distributeur de cartes de visite, déterminez-en quoi ce réseau vous sera utile :

- Trouver des clients,
- Conclure des partenariats,
- Rencontrer un associé potentiel,
- Compléter votre offre commerciale,
- Profiter de conseils d'experts,
- Etc...

Module 4 : Communiquez sur les réseaux sociaux et redynamisez votre site de vente en ligne

Le Social Selling consiste à inclure les réseaux sociaux dans le processus commercial d'une marque ou d'une entreprise. Il s'agit d'une démarche très utilisée – que ce soit en B2B ou en B2C – pour trouver de nouveaux clients via Facebook, Instagram, LinkedIn et les autres plateformes sociales.

Pour ce faire nous devons

1. Concentrer les efforts sur les bons réseaux sociaux
2. Optimiser les profils avec un call to action
3. Identifier les produits dans les publications
4. Utiliser correctement Facebook Ads
5. Ne pas sous-estimer le pouvoir de Pinterest
6. Bien étudier les statistiques

Module 5 : Encouragez les clients satisfaits à témoigner

Des témoignages positifs confirment la satisfaction de vos clients de vos produits et services, et aident vos prospects dans leur décision d'achat. La question qui se pose est : comment obtenir des témoignages crédibles de vos clients existants et qui inspirent la confiance.

Module 6 : Améliorez et accentuez votre démarche commerciale

Pour alimenter davantage votre flux de commandes, trois indicateurs sont à soigner tout particulièrement : les rendez-vous obtenus suite à une prospection, les propositions commerciales effectuées lors de ces rendez-vous et enfin bien sûr le nombre de ventes conclues.

- **Module 7 : Trouvez de nouveaux réseaux de distribution et améliorer votre référencement** La combinaison de la stratégie multifocale et multicanale permet d'augmenter le taux de vente dans les réseaux de distribution.
- Démarche de segmentation - Stratégie online commune

Module 8 : Proposez et Planifiez des multiples techniques de promotion et de vente

- La réduction directe.
- Le couponnage (couponing)
- Le remboursement différé
- Les rabais sur la quantité

Module 9 : Rénovez l'image de votre entreprise et diversifier votre offre commerciale

1. Se développer une identité visuelle forte. ...
2. Choisir les bons outils de communication. ...
3. Améliorer sa visibilité ...
4. Élaborer une proposition de valeur unique. ...
5. Créer un lien émotionnel. ...
6. Miser sur l'expérience client. ...
7. À plusieurs, c'est vendeur !

Module 10 : Observez votre marché et inspirez-vous de bonnes pratiques des concurrents

1. Analysez le marché ...
2. Trouvez votre avantage concurrentiel. ...
3. Créez une identité de marque forte. ...
4. Partagez des émotions. ...
5. Mettez sur l'expérience client. ...
6. Jouez sur vos points forts. ...
7. Pensez différemment.

A qui s'adresse la formation ?

- Directeur Général
- Directeur Commercial
- Gestionnaire Commercial – Responsable de Ventes – Responsable Marketing

OFFRE :

FORMATION DE () COMMERCIAUX

MONTANT DE LA FORMATION DES COMMERCIAUX : 250 000

Conditions commerciales :

100% à la Commande

Virement ou Chèques

5 H de Formation par jour de 9h à 14 h avec une Pause-café de 45 minutes

GROUPE ISDAFR
21 BP, 72
Tél: (+228) 99 81 24
Email: isdtogo2011@gmail.com
Direction Générale

Jézo Sylvestre
MEVO JEZO Sylvestre
Directeur Général