

### Programme du module B – Fonction commerciale

### 56 heures

#### Pré-requis

La formation est ouverte à tout public, titulaire d'un titre ou diplôme professionnel et/ou expérience dans le métier considéré. Le règlement particulier propre à chaque métier précise les titres ou diplômes de référence ou, à défaut, le nombre d'années d'expérience pouvant être pris en tant que pré-requis.

#### Objectif général 1

Situer l'entreprise dans son environnement commercial

Objectifs pédagogiques (être capable de :)	Contenus correspondants
<p><b>Identifier les définitions de base et les sources d'informations d'une action commerciale</b></p>	<p>Les définitions de base : les produits et services, le marché, la clientèle, la concurrence, la zone de chalandise ...</p> <p>Les éléments de l'environnement : l'Etat et la législation, les associations de consommateurs, les groupes de pression, les fournisseurs, les prescripteurs ...</p> <p>Le consommateur et les comportements d'achat</p> <p>Les sources d'informations :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- générales (INSEE, fédérations, Internet ...)</li> <li>- locales (INSEE, mairie, acteurs de la zone de chalandise)</li> </ul> <p>Les méthodes de recueil et d'analyse</p> <p>Les journaux professionnels</p>
<p><b>Elaborer un diagnostic externe et interne</b></p>	<p>Le marché, la concurrence, la clientèle, les produits, la politique de prix, la zone de chalandise, la distribution.</p> <p>Les méthodes de diagnostic commercial (forces, faiblesses, menaces, opportunité)</p>

#### Durée

12 heures.

#### Objectif général 2

Définir une stratégie commerciale et élaborer des plans d'actions

Objectifs pédagogiques (être capable de :)	Contenus correspondants
<p><b>Déterminer les axes stratégiques</b></p>	<p>Définition d'une stratégie commerciale</p> <p>Les différents éléments composant les axes stratégiques</p> <p>Les éléments de choix de la stratégie (produit, service, prix, prospection)</p>
<p><b>Mettre en œuvre des plans d'actions</b></p>	<p>Définition d'un plan d'action</p> <p>Les divers moyens de mise en œuvre, de contrôle et de suivi.</p>
<p><b>Contrôler et suivre un plan d'action</b></p>	<p>Elaboration d'un tableau de bord</p> <p>Le choix des indicateurs de bord</p> <p>La mesure des écarts entre l'objectif et le réalisé</p> <p>Les actions à corriger</p>

#### Durée

16 heures.

### Objectif général 3

Maîtriser les différents outils de l'action commerciale au quotidien

Objectifs pédagogiques (être capable de :)	Contenus correspondants
<b>Choisir les axes prioritaires de communication commerciale</b>	Les différents supports de communication commerciale La complémentarité des supports
<b>Identifier les différents supports de la communication commerciale, leurs avantages et leurs inconvénients</b>	Le site internet Le logo Le marketing direct (mailing, phoning) La publicité La promotion des ventes Le point de ventes et la PLV Le parrainage L'événementiel : foires, salons, journées portes ouvertes
<b>Concevoir et mettre en œuvre un outil simple de communication commerciale</b>	Quelques principes de base pour la construction d'un outil (prospectus, publi-rédaction, mailing, maquette ...) Le montage d'un argumentaire écrit L'organisation de la mise en œuvre

### Durée

16 heures.

### Objectif général 4

Maîtriser les techniques de vente et d'après-vente

Objectifs pédagogiques (être capable de :)	Contenus correspondants
<b>Choisir et mettre en œuvre des techniques de vente adaptées</b>	Définition de l'acte de vente (les étapes de la vente) Les différentes techniques de vente : vente sédentaire, visite clientèle, vente téléphonique ...
<b>Conduire une négociation commerciale</b>	Les étapes de la négociation : analyse des besoins, motivations attentes, freins, argumentaire ... La conclusion de la vente
<b>Organiser l'après-vente</b>	L'administration des ventes Les types d'après-vente et de suivi de clientèle (SAV, hot line) Les spécificités en fonction du métier Les liens entre vente et après-vente dans l'acte de vente La fidélisation de la clientèle.

### Durée

12 heures.

### Pour plus d'informations

Service Formation Continue - Tél. : 04.91.32.24.70 - Mail : [formationcontinue13@cmar-paca.fr](mailto:formationcontinue13@cmar-paca.fr)

<https://www.cmar-paca.fr/catalogues-des-formations>