

ADEA : Adjoint(e) de Dirigeant d'Entreprise Artisanale

RNCP38289 (niveau 4)

BLOC 05 – Définir sa stratégie commerciale et son marketing digital

Objectif général

- Structurer l'organisation commerciale de l'entreprise.
- Participer à son développement commercial.
- Réaliser le diagnostic commercial de l'entreprise en analysant sa politique commerciale et proposer une stratégie commerciale adaptée.

Public

Toute personne en charge du suivi commercial et du déploiement de la stratégie commerciale dans une TPE

Prérequis

Aucun

Durée

12 jours (84 heures)

Plages horaires

De 8h30 à 12h30 et de 13h30 à 17h30

Programme

SEQUENCE 1 : Accueil, introduction, évaluation de début de formation (2,5 h)	
Module	Objectifs pédagogiques
Présentation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier le contenu, le déroulement de la formation et les objectifs à atteindre. ▪ Se situer dans son environnement, partager ses attentes avec les autres stagiaires.
SEQUENCE 2 : La démarche marketing (7h)	
Module	Objectifs pédagogiques
Module 1 : Le marketing stratégique et opérationnel au service du développement commercial de la TPE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier les étapes et les objectifs de la démarche marketing. ▪ Justifier la place du marketing dans le fonctionnement de l'entreprise.
SEQUENCE 3 : Le diagnostic interne et externe de l'entreprise (14h)	
Module	Objectifs pédagogiques
Module 2 : Réalisation d'un diagnostic pour évaluer les forces et les faiblesses de l'entreprise sur son marché	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaborer le diagnostic commercial interne et externe. ▪ Situer l'entreprise dans son environnement. ▪ Identifier les sources d'information et utiliser les études de marché et de la concurrence. ▪ Identifier les particularités du marché sur lequel intervient l'entreprise.
SEQUENCE 4 : Les bases d'une stratégie de communication (7h)	
Module	Objectifs pédagogiques
Module 5 : Le plan de communication au service de la commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier et proposer des actions de communication à mettre en œuvre (réseaux sociaux, site internet), salons prof, réponses à des appels d'offre... pour améliorer la visibilité de l'entreprise.

Se former à la CMA Provence-Alpes-Côte d'Azur

SEQUENCE 5 : Stratégie web et le marketing digital (7h)

Module	Objectifs pédagogiques
Module 3 : Les bases du webmarketing	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier les solutions pour être visible sur le web. ▪ Identifier les différents réseaux sociaux et outils numériques gratuits et leurs fonctionnalités. ▪ Choisir le ou les canaux de communication Web adaptés aux besoins de communication et de commercialisation.

SEQUENCE 6 : Le plan d'action commercial (marketing opérationnel) (14h)

Module	Objectifs pédagogiques
Module 4 : La mise en place d'une organisation commerciale adaptée à son plan d'action	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Construire et assurer la déclinaison opérationnelle du plan d'action commercial. ▪ Structurer l'organisation commerciale pour gagner en efficience.

SEQUENCE 7 : Méthodologie de la fiche action (7h)

Module	Objectifs pédagogiques
Module 5 : La rédaction d'une fiche action commerciale	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elaborer la fiche action correspondant à une action commerciale.

SEQUENCE 8 : La posture commerciale et la gestion de la relation client (17h)

Module	Objectifs pédagogiques
Module 6 : La gestion de la relation client au quotidien	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifier les situations de communication spécifiques, adopter les comportements et discours adaptés.
Module 7 : L'entretien commercial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mener un entretien commercial. ▪ Perfectionner sa démarche de conseil et de vente en tenant compte du fonctionnement de ses clients.

SEQUENCE 9 : Prospection et fidélisation (7h)

Module	Objectifs pédagogiques
Module 8 : La prospection et fidélisation de sa clientèle	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prospecter et fidéliser sa clientèle. ▪ Véhiculer une image positive de votre entreprise.

SEQUENCE 10 : Evaluation des acquis, satisfaction, bilan (1h)

Module	Objectifs pédagogiques
Fin de formation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Evaluation des acquis (QCM). ▪ Enquête de satisfaction. ▪ Bilan, tour de table...

Méthodes pédagogique

- Formation professionnalisante avec de nombreuses mises en application
- Exercices liés à des situations professionnelles vécues au sein d'entreprises artisanales TPE/PME
- Echanges
- Travaux en sous-groupes
- Réflexions en sous-groupes à partir de problématiques à résoudre
- Mises en situations à partir de cas concrets et ciblés par rapport aux participants
- Présentiel, distanciel, digital

Se former à la CMA Provence-Alpes-Côte d'Azur

Moyens et encadrement pédagogique

- Atelier participatif en groupe restreint (12 personnes maximum).
- Animation par un consultant expert dans le domaine.
- Outils et supports pédagogiques, exercices pratiques.
- Évaluation, remise d'une attestation de formation et de réussite.

Modalités d'évaluation

Contrôle continu :

- Jeu de rôle

Examen final écrit :

- Préparation d'une fiche action
- Présentation orale de la fiche action = 30 mn (20 mn de présentation + 10 mn d'échanges avec le Jury)

Pour plus d'informations

Service Formation Continue - Par territoire :

04 : formationcontinue04@cmar-paca.fr

04 92 30 90 97 - 06 70 27 71 76

05 : formationcontinue05@cmar-paca.fr

04 92 52 80 15

06 : formationcontinue06@cmar-paca.fr

04 92 12 53 45

13 : formationcontinue13@cmar-paca.fr

04 91 32 24 70

83 : formationcontinue83@cmar-paca.fr

04 94 61 99 65

84 : formationcontinue84@cmar-paca.fr

04 90 89 20 40

<https://www.cmar-paca.fr/article/les-catalogues-de-la-formation>