

# Le BOOSTER COMMERCIAL by Cabinet PROPULSE®



4 x ½ journées pour se booster  
et propulser ses ventes

Cette formation permet aux professionnels du développement commercial de concevoir, formaliser et piloter un plan de développement commercial complet directement applicable à leur entreprise.

Les participants acquièrent une vision globale et opérationnelle : diagnostic de leur marché, segmentation, ciblage, stratégie, plan d'actions commercial et pilotage de leur performance. Une option Manager une équipe commerciale est également possible.

## ● POUR QUI ?

Chargé d'affaires, technico-commerciaux, commerciaux, responsable ou chef des ventes et tout collaborateur ayant une fonction et des responsabilités commerciales.

## ● PRÉREQUIS

Chaque participant doit occuper une fonction commerciale ou de développement commercial et disposer d'une connaissance générale de son entreprise (offre, marché, clients)

## ● MÉTHODOLOGIE ET ÉQUIPE PÉDAGOGIQUE

- 4 x 3h30 tous les 15 jours (14 heures sur 2 mois)
- Alternance d'apports de connaissances et de méthodes, d'exercices pratiques appliqués à son entreprise, d'études de cas et de conseils personnalisés
- Création d'un plan d'actions commercial
- Formation et accompagnement réalisées par un Directeur commercial et par un coach professionnel

## ● MÉTHODE D'ÉVALUATION

- Contrôle continu sur les exercices en cours de formation
- Quizz fin de formation
- Plan d'actions individuel

**DURÉE :**  
**3 JOURS DE**  
**FORMATIONS**  
**RÉPARTIES EN 4 ½**  
**JOURNÉES + 1**  
**JOURNÉE**  
**(23 HEURES)**

Nous consulter :  
02 47 61 61 61

<https://propulse-coaching.fr>



Référent handicap  
02 47 61 61 61



## ● OBJECTIF(S) ET COMPÉTENCE(S) VISÉE(S)

À l'issue de la formation, le/la participant/e sera capable de :

- Analyser son environnement commercial et identifier les enjeux de développement
- Élaborer une stratégie commerciale structurée et alignée avec les objectifs de l'entreprise
- Définir des objectifs commerciaux opérationnels et mesurables
- Concevoir un plan d'actions commercial adapté à son marché
- Mettre en place un dispositif de pilotage commercial performant

## ● CONTENU

### ● **MODULE 1 : POSER LES FONDATIONS DE LA STRATÉGIE ET DU PLAN COMMERCIAL**

#### Comprendre son environnement et ses clients

- B2B / B2B2C / B2C : différences de cycles et d'attentes
- Les motivations d'achat et processus de décision du client
- Attentes, satisfaction et expérience vécue : matrice d'expérience client

#### Diagnostic externe et interne

- Analyse macro environnementale et Analyse concurrentielle
- Analyse des forces et faiblesses et des opportunités et des menaces  
Apprendre à faire une vraie SWOT efficace et pertinente
- Identifier les enjeux clés et priorités commerciales stratégiques
- Identifier les Facteurs Clés de Succès (FCS)

#### Atelier pratique

Réalisation du diagnostic commercial de l'entreprise de chaque participant.

## CONTENU

### MODULE 2 : CLARIFIER LE CAP ET LES LEVIERS DE DIFFÉRENCIATION

#### Segmentation

- Critères de segmentation : géographiques, démographiques, comportementaux, sectoriels..
- Cartographie et construction d'une segmentation adaptée à son activité

#### Ciblage

- Les stratégies de ciblage : indifférenciée, concentrée, multi-segment
- La méthode IAC (Intérêt – Accessibilité – Capacité)
- Sélection des marchés cibles prioritaires

#### Positionnement

- Définir le positionnement de son offre et la promesse de valeur
- Analyse concurrentielle : se positionner par rapport à ses concurrents et se différencier

#### Atelier pratique

- Définir segments, cibles et positionnement pour l'offre de chaque participant. identifier les points clés de différenciations

### MODULE 3 : PASSER DE LA STRATÉGIE À L'ACTION

#### De la stratégie aux objectifs

- Les stratégies de développement commercial
- La déclinaison en objectifs commerciaux opérationnels pour son entreprise

#### La fixation d'objectifs

- Objectifs généraux à 3 ans
- Objectifs opérationnels 1 an
- Prévisionnel d'activité
- Indicateurs opérationnels

#### Plan d'actions & méthode de vente

Les 5 leviers d'actions :

1. Comment augmenter le nombre de leads
2. Comment améliorer le taux de conversion
3. Comment augmenter le nombre de transactions
4. Comment augmenter le panier moyen
5. Comment améliorer les marges

Elaboration d'un plan d'actions : de la prospection à la fidélisation  
Introduction aux méthodes de prospection

### Atelier pratique

Construction de son plan d'actions commercial personnalisé.

## ● MODULE 4 : FORMALISER ET SUIVRE SON PLAN COMMERCIAL

### Pilotage commercial

- Définition des ICP : activité, performance, rentabilité
- Construction d'un tableau de bord commercial opérationnel
- Méthodes de pilotage : revue d'activité, rituels commerciaux

### Suivi et intelligence collective

- Revue de projets des participants (format imposé)
- Analyse collective des challenges et bonnes pratiques
- Ajustement du plan commercial en continu

### Validation finale

Finalisation et revue. Présentation de son plan de commercial en 15 min, incluant :

- Diagnostic
- Segmentation & positionnement
- Objectifs
- Actions clés
- Suivi

## ● LES + DE PROPULSE

- Formateurs Directeurs commerciaux et marketing expérimentés
- Coach professionnel spécialiste de l'accompagnement des TPE/PME
- Pédagogie ludique et interactive éprouvée
- Expérience de l'accompagnement et de la formation depuis 2008
- Des livrables opérationnels concrets immédiatement applicables dans l'entreprise :  
Élaboration d'un plan d'actions garantissant la mise en pratique des acquis
- Une formation Manager une équipe commerciale (en option)