COMMERCIAL - VENTES

Stratégie commerciale : choisir ses segments, bâtir son offre et déployer

Beaucoup d'entreprises commercialisent toute leur offre auprès de tous les clients possibles. Les ressources se dispersent le discours perd sa netteté et les remises comblent l'absence de positionnement. La stratégie se résume alors à un objectif de croissance sans choix explicite. Ces 14 heures portent sur les décisions préalables à toute action : analyse du marché sélection des segments positionnement de l'offre choix des canaux et politique tarifaire. Les participants repartent avec une feuille de route de déploiement. La traduction en actions datées et chiffrées fait l'objet d'un parcours distinct consacré au plan d'actions commerciales.

DURÉE	MODALITÉ	TARIF	DÉLAI D'ACCÈS
2 jours — 14 h	**Présentiel ou à distance**	**À partir de 1 490 € HT**	**11 jours ouvrés après validation du financement.**

Mon Pôle Formation est un organisme certifié Qualiopi. La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : **ACTIONS DE FORMATION** — certificat n° 76 31 02622 31 (SGS ICS)

01 Public visé et prérequis

PUBLIC VISÉ
Dirigeants directeurs commerciaux responsables du développement et créateurs d'entreprise en phase de structuration.

PRÉREQUIS
Aucun prérequis

POSITIONNEMENT À L'ENTRÉE
Analyse du besoin et test de positionnement. Vos réponses sont partagées avec votre formateur afin d'adapter la formation à votre niveau et votre contexte professionnel.

02 Objectifs pédagogiques

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

- Analyser son marché et la position de son offre face à la concurrence
- Sélectionner les segments de clientèle à travailler en priorité
- Formuler un positionnement compréhensible par le client
- Choisir les canaux de vente adaptés à chaque segment
- Définir une politique tarifaire cohérente avec le positionnement retenu
- Établir une feuille de route de déploiement sur l'année

03 Programme détaillé

M1 Analyse du marché et de l'offre

- Où en est-on vraiment
- Lecture des évolutions du marché et des usages clients
- Analyse des concurrents et de leur positionnement
- Forces et faiblesses de l'offre actuelle
- Rentabilité comparée des lignes de produits
- Cas pratique : Chaque participant établit le diagnostic de son offre face à deux concurrents identifiés.

M2 Segmentation et positionnement

- Choisir c'est renoncer
- Critères de segmentation exploitables commercialement
- Attractivité et accessibilité des segments
- Formulation d'un positionnement distinctif
- Cohérence entre positionnement et promesse tenue
- Atelier : Les participants formulent leur positionnement en une phrase puis le confrontent au groupe.

M3 Canaux et politique tarifaire

- Comment atteindre chaque segment
- Choix entre vente directe distribution et partenariats
- Coût de chaque canal et marge dégagée
- Construction d'une grille tarifaire et des règles de remise
- Articulation entre canaux sans conflit
- Atelier : Chacun associe à chaque segment retenu un canal et une règle tarifaire.

M4 Déploiement et pilotage

- De la décision à l'organisation
- Conséquences sur l'organisation commerciale et les compétences
- Feuille de route et jalons de mise en œuvre
- Indicateurs de suivi de la stratégie
- Communication des choix aux équipes
- Mise en situation : La stratégie retenue est présentée à un comité de direction qui interroge les renoncements.

04 Modalités pédagogiques, méthodes et moyens

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES
Présentiel ou à distance

LIEU / FORMAT
Dans vos locaux — jusqu'à 10 collaborateurs, Paris — Présentiel, À distance — Classe virtuelle

MÉTHODES MOBILISÉES
• Apports théoriques, ateliers et cas pratiques. Support de cours numérique et fiches méthodes fournis.

ENCADREMENT
Formateurs qualifiés et expérimentés, experts de leur domaine, sélectionnés par Mon Pôle Formation.

05 Modalités d'évaluation et de suivi

ÉVALUATION DES ACQUIS
• QCM et mises en situation. Évaluation des acquis en début et en fin de parcours, évaluation à chaud et à froid à 60 jours.

SUIVI DE L'EXÉCUTION
• Émargement des participants
• Certificat de réalisation remis à l'issue de la formation

SANCTION DE LA FORMATION
Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

06 Type de reconnaissance

Formation non certifiante — Attestation de fin de formation et certificat de réalisation remis à chaque participant.

07 Modalités d'accès, financement et tarifs

MODALITÉS D'INSCRIPTION
Inscription en ligne, par téléphone, par devis ou via votre OPCO.

DÉLAI D'ACCÈS
11 jours ouvrés après validation du financement.

FINANCEMENTS POSSIBLES
- OPCO et plan de développement des compétences
- FAF et CFP
- France Travail
- Paiement jusqu'à 6 fois sans frais

DATES / SESSIONS
Entrées permanentes

FORMULE	DÉTAIL	TARIF
Inter-entreprises	-10 % dès 2 participants, -15 % dès 3, -20 % à partir de 4 inscrits sur la même session.	**À partir de 1 490 € HT**

Prix nets — exonération de TVA, article 261-4-4° du CGI.

08 Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Accessible aux personnes en situation de handicap. Contactez notre référent handicap pour construire une solution adaptée : contact@monpoleformation.fr

RÉFÉRENT HANDICAP
Tiffany LESTROUBAC

CONTACT
contact@monpoleformation.fr

09 Indicateurs de résultats

INDICATEUR	RÉSULTAT	MODALITÉS DE CALCUL
Taux de satisfaction	**N/A**	Moyenne des notes de satisfaction des stagiaires sur les 12 derniers mois
Taux d'abandon	**N/A**	Calculé sur les 12 derniers mois

Résultats arrêtés au 29/09/2026. N/A : donnée non disponible ou effectif insuffisant sur la période.

10 Contacts

INSCRIPTIONS ET INFORMATIONS
contact@monpoleformation.fr
01 87 66 57 66

ADRESSE
10a rue du Maréchal de Lattre de Tassigny, 76420 Bihorel

RÉCLAMATIONS
Par e-mail : contact@monpoleformation.fr