

PRÉREQUIS

Responsable opérationnel, vous devez développer et augmenter votre part de marché de façon rentable, en maîtrisant :

- Les principales actions qui permettent d'optimiser le mix client.
- Les moyens et les méthodes d'élaboration d'un bon diagnostic du fonds de commerce du point de vente pour pouvoir sélectionner les axes de développement rentables.

OBJECTIF

- Identifier les facteurs-clés d'optimisation du mix client.
- Analyser la situation du fonds de commerce du point de vente,
- Élaborer et préparer le lancement du plan d'action commercial à court, moyen et long terme,

PROGRAMME

LES MIX DE DÉVELOPPEMENT

- la définition du potentiel accessible
- L'identification des axes produits prioritaires
- L'analyse des catégories clients
- L'approche stratégique par l'analyse SWOT
- La définition des mix produit/client pertinents

DIAGNOSTIC DE LA STRUCTURE DU FONDS DE COMMERCE

- Catégorisation des segments clients du fonds de commerce.
- Analyse du mode de développement du fonds de commerce ;
- Plan d'action d'optimisation : renforcement de la part de marché interne ou prospection.

LE DÉVELOPPEMENT GÉOGRAPHIQUE DU POINT DE VENTE

- Analyse des parts de marché par secteur
- Analyse de la concurrence
- Détermination des zones à développer ou à maintenir

CHOIX DES ORIENTATIONS ET PLAN D'ACTION FINAL

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

La démarche d'acquisition est uniquement basée sur les apports concrets des participants : chiffres, tableaux de bord, situation commerciale à résoudre,...etc, qui sont intégrés dans une méthodologie de résolution de problème.

Ce stage demande un travail de préparation afin de collecter ces données.

MODALITÉS D'ÉVALUATION FINALE :

A l'aide d'une analyse de l'existant et d'établissement d'une stratégie commerciale, formaliser dans les actions et les personnes affectées qui découlent de la stratégie établie, à savoir :

1. Déterminer quelles sont les populations concernées par la stratégie.
2. Déterminer dans chaque population qui est concerné par quoi.
3. Déterminer pour chaque personne ou groupe de personnes un ou des objectifs qui garantiront la réalisation de la stratégie de l'agence.

NOMBRE DE PARTICIPANTS : 8 à 12
DURÉE : 3 jours
PRIX : 2800€ HT