

PROGRAMME DE FORMATION BOÎTE À OUTILS

Structurer et mener une stratégie commerciale

Renforcer le développement de sa structure en cohérence avec les valeurs et réalités des associations et entreprises de la transition écologique et solidaire

Description courte

La stratégie commerciale est au cœur du développement de nombreuses structures, associations comme entreprises, porteuses de la transition écologique et solidaire. Cependant, elle ne bénéficie pas toujours de la structuration et des ressources qui lui permettraient de participer davantage au développement économique des structures qui portent des solutions écologiques et solidaires.

La stratégie commerciale est tout à fait compatible avec les valeurs des structures porteuses de la transition écologique et solidaire. Elle est même une des conditions de cette transition en permettant le développement des solutions qu'elles portent. Dès lors, comment la définir ? Comment bien identifier et mener les actions clés pour qu'elle marche ? Quels sont les outils clés à mobiliser pour la rendre efficace avec des contraintes de temps et de moyens ? Comment rédiger les bonnes accroches, messages et guide d'entretien pour s'assurer des meilleurs résultats ? Comment dépasser les freins liés aux réalités des associations et des entreprises sociales ?

C'est à ces questions et d'autres que cette formation apporte des réponses en proposant une méthode étape par étape pour construire, ou travailler, pendant le déroulé de la formation, une stratégie commerciale cohérente avec la réalité de la structure de chaque personne participante.

Durée de la formation

(21h) : 2 jours (14h) et 7 heures d'atelier de co-développement un mois après

Objectifs de la formation

- Identifier les éléments clés du cadrage d'une stratégie commerciale
- Définir un tunnel de vente adapté à son ou ses objets
- Maîtriser les outils clés (base de données, outils d'interactions) de la stratégie commerciale
- Mener (ou faire mener) les actions commerciales

Publics et prérequis

Cette formation est destinée aux personnes à la **direction**, à la **coordination d'activités** ou au **développement commercial** de structures qui ont vocation à proposer des solutions, produits ou services écologiques et/ou solidaires. Elle s'adapte à des **associations** comme à des **entreprises engagées** dans la transition écologique et solidaire. Aucun prérequis n'est nécessaire en dehors de la connaissance de la réalité du terrain et des activités de sa structure.

*Personnes en situation de handicap

Nous nous engageons à rendre nos formations accessibles à toutes et tous, et à trouver la meilleure solution afin que chacun puisse en bénéficier. Si vous êtes en situation de handicap, vous pouvez écrire à notre référente, Blandine (blandine.brunaz@instituttransitions.org) afin que nous échangions sur votre situation ainsi que sur les modalités pour suivre la formation dans les meilleures conditions. Vous serez accompagné tout au long de votre parcours de formation.

Déroulé de la formation

Séquence 1 : Définir et paramétrer ses objectifs stratégiques et son ciblage

Durée : 3h30

Cette première séquence vise à **valider les objectifs clés** de la stratégie commerciale de chaque structure : **objet (activités, services ou produits...) de la stratégie, cibles, objectifs à court et moyen terme**. Elle donne des outils méthodologiques et des conseils pratiques pour s'assurer de la pertinence de la définition de ces trois enjeux et leur adéquation aux ressources de la structure comme aux réalités de son écosystème et de son marché.

Séquence 2 : Poser son tunnel de vente et identifier les actions clés pour toucher et engager

Durée : 1h30

Cette seconde séquence travaille la notion de **tunnel de vente**, au cœur de toute stratégie commerciale, afin de permettre aux participants de le construire ou de le travailler s'il existe déjà. Elle donne les **notions clés** (appel à actions, chaîne des actions, temps pivot...) et permet à chaque participant de poser et valider son tunnel de vente à la fin de la séquence. Elle identifie aussi les **indicateurs de suivi** pour valider ce qui marche et travailler ce qui manque étape par étape.

Séquence 3 : Maîtriser les outils clés : base de données et outils d'interaction (mails, appels, LinkedIn, papier...)

Durée : 5h30

Cette troisième séquence donne les outils clés de toute stratégie commerciale. **Elle explore les bases de données** : comment les structurer, quelles données choisir, comment les alimenter, comment les utiliser avec efficacité... Elle réalise un panorama des différentes méthodes d'interaction (mails, appels, SMS, LinkedIn, envoi d'éléments papiers, interaction physique...) et leurs complémentarités. Elle permet à chaque participant d'identifier la ou les méthodes d'interaction à intégrer dans sa stratégie ainsi que les enjeux et outils clés qui y sont rattachés.

Séquence 4 : Maîtriser les outils complémentaires d'influence : newsletters, événements, webinaires, partenariat...

Durée : 3h30

Cette quatrième séquence travaille sur les outils complémentaires de la stratégie commerciale qui ont une visée d'influence pour faciliter les interactions, nourrir les bases de données ou développer les actions commerciales. Elle travaille différents outils classiques (newsletters, événements, webinaires, partenariats...) et explore d'autres possibilités suivant les expériences et besoins des participants. Elle permet à chaque participant de choisir quels outils seront les plus efficaces et efficaces dans sa stratégie, et comment les décliner concrètement.

Séquence 5 : Atelier - Mettre sa stratégie au propre pour la (re)travailler et la partager en équipe

Durée : 1h30

Cette séquence a lieu lors de la troisième journée, un mois environ après les deux premiers jours afin de permettre une appropriation individuelle et structurelle des 4 premières séquences. Elle a vocation à mettre au propre la stratégie commerciale et la partager avec les autres participants ainsi que le formateur. Elle vise à permettre des retours ainsi que de répondre à toutes les questions qui se sont posées lors de la mise au propre.

Séquence 6 : Atelier - Mener les actions commerciales : rédaction, stratégie de relance...

Durée : 2h00

Cette séquence a lieu lors de la troisième journée, un mois environ après les deux premiers jours afin de permettre une appropriation individuelle et structurelle des 4 premières séquences. Elle a vocation à mettre au propre les éléments pratiques de la stratégie

commerciale : message type, protocole conversationnel, déroulé type d'un rendez-vous... et de les partager avec les autres participants ainsi que le formateur. Elle vise à permettre des retours ainsi que de répondre à toutes les questions qui se sont posées lors de la mise au propre.

Séquence 7 : Atelier - FAQ et partage sur les enjeux clés

Durée : 3h30

Cette dernière séquence vise à répondre à toutes les questions restées sans réponses lors des différentes étapes, de creuser des outils et enjeux complémentaires identifiés par les participants lors des deux premiers jours ainsi que de proposer un temps de co-développement autour des difficultés posturales ou structurelles (en particulier dans le dialogue avec son équipe) posées par la pratique commerciale dans une association ou une entreprise engagée.

Le formateur

Martin DURIGNEUX

Co-fondateur d'Anciela, Martin a accompagné plus de 250 initiatives dans la Pépinière d'initiatives avec régulièrement des enjeux liés au développement commercial. Co-fondateur de notre institut, il est chargé du développement du catalogue de formation Boîte à outils et de son déploiement commercial. Enseignant en économie, il intervient sur les enjeux de modèle économique, de stratégie de dons et de stratégie commerciale au sein de notre institut.

Modalités de participation

Lieu de la formation : En présentiel à l'Institut Transitions, 210 avenue Jean Jaurès 69007 Lyon - Entrée 3 rue Michel Félizat.

Nombre maximum de participants : 12 personnes

Coût de la formation : 1365€, avec possibilité d'une prise en charge par un OPCO.

Des questions sur la prise en charge par votre OPCO ? N'hésitez pas à contacter Blandine, notre coordinatrice administrative et financière : blandise.brunaz@instituttransitions.org

Modalités pédagogiques

Cette formation est **expositive**, avec un apport de contenu par la personne formatrice, discuté par les participants, et **active**, avec des temps de travail où chacun est en posture de proposer des contenus et d'échanger sur les contenus des autres, avec des retours de la personne formatrice.

Modalités d'évaluation et d'accompagnement

L'évolution des participants sera évaluée par des échanges avec les pairs (présentation en collectif) et par des échanges avec la personne formatrice sur les exercices proposés. Un questionnaire d'auto-évaluation des acquis sera transmis à la fin de la formation et pourra être accompagné des retours de la personne formatrice.

Cette évaluation ne consiste pas à noter, elle a vocation à apporter des retours critiques pour aider les personnes participantes à identifier leur niveau d'avancement et leurs perspectives de progression : encouragement à approfondir, mise en lumière des éléments fertiles et pertinents, mise en garde contre des risques ou des erreurs, proposition d'alternatives ou conseils pour progresser...

Accessibilité

Nous nous engageons à rendre nos formations accessibles à toutes et tous, et à trouver la meilleure solution afin que chacun puisse en bénéficier. Si vous êtes en situation de handicap, vous pouvez écrire à Blandine pour échanger sur votre situation ainsi que sur les modalités pour suivre la formation dans les meilleures conditions.

Blandine BRUNAZ

Coordinatrice administrative et financière

blandine.brunaz@instituttransitions.org