

Paris

Séminaire 3



Performance commerciale

6
Juin
2024

LIEU

Comet Meetings – Bercy
40 Av. Des Terroirs de France
75012 Paris

INFO PRATIQUE

Déjeuner pris en commun de 12h30 à 14h00

- Les process marketing et commerciaux
- Identifier son audience
- Etablir son plan marketing
- Définir un plan d'action pour son développement commercial

JEUDI 6 JUIN

De 8h30 à 9h00 | Accueil café

De 9h00 à 10h30 | Auto-évaluation des process marketing et commerciaux

- Les process marketing et commerciaux : explication du process de la stratégie à la production.
- Atelier « Mes axes de progrès » : déterminer les 3 axes sur lesquels vous souhaitez travailler. Pourquoi ? Quels seraient les premiers pas à réaliser ?

De 10h40 à 11h30 | Le ciblage : choisir, c'est exclure

- Qui sont mes clients ? Quelles sont les différentes audiences de l'entreprise ?
- Atelier « Les audiences de mon entreprise » : Identification par les participants des différents personas pour chaque type d'audience et pour leur marché

De 11h30 à 12h30 | Le plan marketing et développement commercial

- Le plan, outil d'alignement des énergies : Construire son plan et ses composantes
- Atelier : Mes priorités de développement : Définir ses ambitions de développement pour 2024 et son plan d'action

De 14h00 à 16h00 | Canaux d'acquisition et outils digitaux

- Panorama des canaux d'acquisition et des outils digitaux : Les différents types de canaux d'acquisition. L'importance de la data dans le développement

De 15h00 à 16h00 | Les indicateurs clés : piloter le(s) tunnel(s) de conversion

- Appréhender ses tunnels de conversion : Composantes et indicateurs associés
- Atelier « Cartographier son(s) tunnel(s) de conversion »

De 16h10 à 16h40 | L'organisation commerciale

- Les 6 questions clés pour mettre sur pied son organisation
- Exemples d'organisations commerciales

De 16h40 à 17h00 | Tour de table et conclusion

Claude ROHOU, après plusieurs expériences de management et de direction marketing et commerciale (Volkswagen France, MACIF, Galian, The LINKS), a rejoint Altman Partners en 2017 pour étoffer l'offre marketing et commerciale. Il a été, pendant plusieurs années, professeur chez AUDENCIA Business School sur le thème du « business development digital ». Il intervient aujourd'hui chez Polytechnique dans le cadre des accélérateurs Bpifrance.