

Fiche d'offre de formation

Informations générales



Thème : COMMERCIALISATION DE CLASSE MONDIALE « Lean Marketing »

Informations sur l'activité

<p>Titre</p>	<p>Comment développer une machine de commercialisation de classe mondiale (<u>lean ventes & marketing</u>)</p>
<p>Contenu</p>	<p>Les temps sont difficiles pour nos PME. celles-ci subissent des pressions qui viennent de partout : baisse des prix imposée par les acheteurs, diminution de la marge nette, chute de la valeur boursière, concurrence impitoyable provenant des marchés émergents, rentabilité en chute libre, etc. Et malheureusement le modèle d'affaires de nos PME reste encore peu développé au plan de la commercialisation et ils opèrent encore trop souvent comme des « fabricants » de produits.</p> <p><u>Depuis trop longtemps déjà dans nos PME, la fonction vente et marketing est laissée pour compte par les dirigeants.</u> Pour réussir de nos jours, nos PME sont appelées à revoir leur modèle d'affaire et à s'attarder à leur gestion des actifs vente et marketing ... là où il est maintenant essentiel de se démarquer.</p> <p>Une transformation majeure s'impose ! Mais comment réaliser un tel virage?</p> <p>Nous proposons d'emprunter les principes inhérents au « Lean Management » et de les appliquer à la fonction commercialisation.</p> <p>Ainsi, pour aider nos entreprises à redéfinir leur modèle d'affaire à valeur ajoutée au plan des ventes et du marketing, <u>nous proposons une approche simple et efficace</u> : soit le Programme de Commercialisation de Classe Mondiale « Lean Ventes & Marketing » développé par GSM.</p> <p>En bref, le « Lean Ventes & Marketing » est simplement la gestion efficiente et efficace des actifs marketing qui permettent à une PME de définir un modèle d'affaire basé sur des stratégies gagnantes.</p>

L'objectif est simple : éliminer les gaspillages et les inefficacités, augmenter la productivité des ressources ventes et marketing et s'assurer que l'entreprise se démarque selon un modèle d'affaires à valeur ajoutée (bien saisir les opportunités du modèle d'affaires).

Alors, permettez-moi de vous poser la question : comment gérez-vous vos actifs ventes et marketing ? Quel est votre modèle d'affaire vente & marketing à valeur ajoutée pour les années à venir?

Objectifs :

- Présentation du **PROGRAMME DE COMMERCIALISATION DE CLASSE MONDIALE** et les outils afférents
- **Présenter les étapes du PROGRAMME DE COMMERCIALISATION DE CLASSE MONDIALE**
- Calculer l'indice de performance de commercialisation de Classe Mondiale (IPC) de votre entreprise
- Permettre aux entreprises d'effectuer sur place un diagnostic de leur performance ventes et marketing
- *Mieux identifier la valeur ajoutée valorisée par les clients de l'entreprise*
- *Définir des propositions à valeur ajoutée pour vos produits et services (positionnement à valeur ajoutée)*
- *L'analyse de l'efficience et l'efficacité des processus de vente, de distribution et de service à la clientèle de l'entreprise (efficacité et excellence des opérations)*
- *Comment développer un plan d'Action ventes & marketing selon les leviers de performance à la commercialisation*
- *Identification des indicateurs de performance à la commercialisation*
- Présenter des outils de vente stratégique et comment ce type d'outils peut aider à améliorer les ventes
- Expliquer comment implanter rapidement les outils de vente proposés dans l'entreprise
- Expliquer comment accroître rapidement l'efficacité de la gestion ventes et marketing

RÉSULTATS ATTENDUS :

- Calculer l'indice de performance de commercialisation de Classe Mondiale (IPCCM)
- Révision de votre modèle ventes & marketing
- Mise en œuvre d'initiatives de correction stratégique et opérationnelles
- Constats sur la performance vente et marketing
- Outils et démarches pratiques pour mieux cerner les besoins des clients et l'évolution des segments de marché

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacité de définir un positionnement à valeur ajoutée selon les clientèles ciblées ➤ Être en mesure de revoir vos processus de vente afin d'accroître votre performance ➤ Implantation initiale du modèle de vente stratégique proposé prêt à être implanté dans l'entreprise; ➤ Permettre aux entreprises participantes d'accroître rapidement le rendement de leurs actifs vente et marketing 		
Outils remis aux participants : (exemples ou outils remis par le formateur)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ diagnostic ventes & marketing complet ; ▪ cartographie de la valeur ajoutée ▪ analyse des processus de vente ▪ liste d'indicateurs de performance ▪ plan ventes & marketing ▪ système de vente et politique de service ▪ fiche client ▪ qualification d'agents et de distributeurs ▪ questionnaire de satisfaction et grille d'Analyse ▪ rapport de vente ▪ demande d'aide financière ▪ Etc. 		
Forme	Atelier de groupe		
Langue		Durée	1 journée (7 heures)
Reconnaissance des apprentissages	Emploi Québec		
Type de reconnaissance et d'évaluation	Emploi Québec # 0051121		

Informations sur la clientèle desservie

Participants	Dirigeants d'entreprises, Vice-Président et Responsable ventes et Marketing
Nombre de participants	8 et 15 participants

Informations sur les coûts

Coût	Valeur de 500 \$ offerte à 275 \$ grâce à Emploi-Québec
Modalités	Payable au moment de l'inscription

Informations sur l'organisme formateur

Fournisseurs	M. Alain Gingras, MBA
Raison sociale	Gingras Stratégie & Marketing (GSM) Inc.
Adresse et code postal	1250 des Feuillus, Longueuil, Québec, J4N 1S3
Téléphone	(450) 647-4751
Site Internet	www.gingrasmarketing.com
Courriel	info@gingrasmarketing.com

Pour de l'information supplémentaire, contactez-nous :

- martine.lessard@pole-qca.ca (418) 681.9700 poste 225