

CONTENUS

- **Stratégie Commerciale 360°**
 - Comprendre l'approche 360° pour aligner le commerce, le marketing et l'humain pour une expérience client fluide, cohérente et omnicanale.
- **Négociation commerciale et vente**
 - Maîtriser les bases de la négociation, adapter son approche B2B/B2C, bien se préparer, savoir conclure, gérer les objections et définir une politique tarifaire efficace.
- **Recrutement et Développement des Équipes Commerciales**
 - Recruter les bons profils, structurer la formation, intégrer l'omnicanalité, piloter la performance et cultiver la motivation au sein des équipes commerciales.
- **Gestion et Suivi des Équipes Commerciales**
 - Piloter une équipe commerciale en suivant les KPIs, animant la performance, coachant les talents et assurant cohésion et réactivité face aux résultats.
- **Marketing et Communication dans la Stratégie Commerciale**
 - Maîtriser les bases du marketing, définir une stratégie claire, cibler efficacement, comprendre le client, activer les bons leviers (4P, digital, com), fidéliser et ajuster selon les résultats et tendances.
- **Gestion de la Relation Client (CRM) et Fidélisation**
 - Placer la relation client au cœur de la stratégie, déployer un CRM adapté, personnaliser l'expérience, fidéliser, valoriser les retours et unifier les canaux pour une expérience fluide.
- **Mesure et Analyse des Performances Commerciales**
 - Suivre les bons KPIs, analyser les données et tendances clients, produire des reportings utiles et ajuster la stratégie en continu pour optimiser la performance.
- **Module complémentaire : Marketing**
 - Aligner marketing et commercial pour maximiser l'impact, activer les bons leviers (acquisition, fidélisation), renforcer l'identité de marque, exploiter le digital, coordonner les campagnes omnicanales, créer du contenu engageant et utiliser le storytelling pour vendre et fidéliser.





OBJECTIFS

- **Comprendre les enjeux et les stratégies de merchandising dans un environnement omnicanal**
 - Identifier les spécificités du merchandising physique et digital
 - Analyser l'impact de l'omnicanalité sur le parcours d'achat
 - Décrypter les tendances actuelles en merchandising
- **Apprendre à gérer et à optimiser l'expérience client à travers différents canaux de distribution**
 - Adapter l'offre et la présentation produits selon les canaux (web, retail, mobile...)
 - Assurer la cohérence de l'expérience client entre online et offline
 - Utiliser les données clients pour personnaliser l'expérience
- **Développer des compétences en management d'équipes commerciales**
 - Comprendre les leviers de motivation d'une équipe
 - Définir les objectifs, suivre la performance et accompagner les équipes
 - Gérer les conflits et favoriser la collaboration
- **Intégrer des pratiques responsables dans les stratégies commerciales, de merchandising et de management**
 - Intégrer la RSE dans les pratiques de vente et de mise en avant produit
 - Promouvoir une consommation responsable auprès des clients
 - Adopter un management éthique et inclusif

VOTRE FORMATRICE

Cathy est une spécialiste en développement commercial et marketing digital, diplômée d'une école de sport et commerce. Forte d'une solide expérience auprès de marques prestigieuses telles que Quiksilver et Kidiliz, elle a occupé des rôles clés tels que promotrice des ventes, attachée commerciale, responsable régionale et en charge du merchandising amont/aval. Son approche 360° lui permet d'optimiser la stratégie omnicanal en alliant performance commerciale et transformation digitale.



Cathy Clot