Gestion commerciale niveau 1

Programme générique en date du 14 avril 2021. Il peut être adapté à vos besoins.

Présentation générale	PARCE QUE VENDRE EST UN METIER : FORMEZ-VOUS !
Pré-requis	Aucun
Objectifs généraux	Permettre aux artisans d'art, aux designers d'être autonome et efficace dans la prospection commerciale de leurs créations.
Objectifs opérationnels, pédagogiques, évaluables	Acquérir les outils nécessaires pour prendre en main dans sa globalité, la commercialisation de ses créations
Public concerné	Toute personne dont l'activité est la création d'objets, d'accessoires, et qui doit leur trouver des débouchés commerciaux.
Méthodes mobilisées	Méthodes d'animation utilisées : Présentation des outils commerciaux. Travaux pratiques individuels, débat, travail de groupe d'entraide
Ressources pédagogiques	Powerpoint : support écrit donné.
Modalités d'organisation	Nombre d'heures 20 / nombre de jours 5 Local entreprise cliente Pour un groupe de 3 à 6 apprenant(s)
Matériel pédagogique	Vidéo projecteur, salle.
Modalités d'évaluation	Evaluation de la formation au terme de chaque séance. Evaluation à froid après trois mois des effets de la formation par le biais d'un questionnaire envoyé aux participants.
Accessibilité des personnes en situation de handicap	L'accessibilité d'un organisme de formation doit répondre au principe d'égalité de traitement vis-à-vis des personnes en situation de handicap, établi par la loi Handicap du 11 février 2005. **Accès aux formations** À chaque personne son projet de formation adapté à ses besoins spécifiques. Nos formations et les locaux dans lesquels elles se déroulent sont accessibles à toutes et tous. En cas de besoin spécifique, n'hésitez pas à contacter la référente handicap de Coopaname : Carine Julien / of@coopaname.coop.
Tarif indicatif	490 € HT (588 € TTC) 70 € HT (84 € TTC) de l'heure Tarif inter-entreprises par stagiaire. Contactez-nous pour un tarif de groupe
Durée	7 heures

Intervenant(e)

Marie RINCÉ

Contenus

Calculer un prix de vente.

Cibler ses clients.

Etablir un plan d'actions commerciales.

Prospecter par téléphone.

Préparer un entretien commercial.