



PROGRAMME DE FORMATION

Développer des Partenariats Stratégiques et Accélérer l'Expansion
Marché

immeuble Ordinal-508 F
12 Rue des chauffours, 95000 Cergy

PULSAR WEB
CONSULTING

Modalités d'admission et de déroulement

Pour toutes nos formations, merci de vous inscrire par courrier, par mail, par téléphone. Votre demande d'inscription sera traitée dans un délai de deux jours ouvrés. Toute commande de formation doit faire l'objet d'une confirmation écrite et suppose que le client accepte le contenu du stage et les prérequis, dont il s'engage à avoir eu connaissance. La formation ne pourra débuter qu'au moins après les 10 jours calendaires suivant la réception du bon de commande.

Lieu de la formation

La formation se déroule en présentiel au région parisienne

Accessibilité pour les personnes en situation de handicap :

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Le référent en la matière se tient à votre écoute pour évaluer puis préciser votre projet de formation et anticiper les éventuels aménagements à réaliser pour vous accueillir.

Contact : pulsarweb.consulting@gmail.com

Délai et modalités d'accès

Le délai d'accès à la formation est de 10 à 20 jours suite à l'inscription auprès du référent pédagogique.



Prérequis d'accès à la formation

- Connaissance des fondamentaux commerciaux
- Maîtrise des outils digitaux recommandée
- Expérience en prospection ou développement commercial appréciée

Public concerné

Business developers, responsables commerciaux, responsables partenariats, account managers, responsables marketing, dirigeants, consultants et toute personne impliquée dans le développement stratégique et l'expansion commerciale.



Objectifs et compétences visées

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Identifier et cibler de nouveaux marchés à fort potentiel afin de soutenir la croissance internationale
- Structurer une stratégie de développement de comptes clés pour générer des revenus récurrents
- Développer des partenariats stratégiques durables et sécuriser des contrats long terme
- Mettre en œuvre une stratégie de social selling pour générer des opportunités qualifiées
- Coordonner les actions marketing et commerciales afin d'aligner les objectifs de génération de leads
- Évaluer l'impact des actions de développement marché sur le chiffre d'affaires et ajuster la stratégie commerciale

Méthodes pédagogiques mobilisées

- Présentiel interactif : échanges, retours d'expérience et analyse de pratiques
- Supports multimédias : CRM, LinkedIn, outils de prospection et études de marché
- Études de cas : stratégies d'expansion et partenariats BtoB
- Ateliers pratiques : élaboration de plans d'action commerciaux et campagnes de social selling
- Accompagnement individualisé : feedback personnalisé
- Évaluations formatives : quiz, mises en situation et débriefings



Durée

21 heures

Tarif

850 € TTC



Programme de formation détaillé

Jour 1 : Identifier les opportunités de croissance et développer les marchés

08h00 – 08h30 : Introduction

- Présentation des participants
- Recueil des attentes
- Objectifs et déroulé de la formation

08h30 – 10h00 : Comprendre les enjeux de l'expansion marché

- Les leviers de croissance commerciale
- Développement national et international
- Analyse des tendances et opportunités marché
- Positionnement concurrentiel

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Identifier et cibler les marchés à fort potentiel

- Analyse sectorielle et veille stratégique
- Segmentation des marchés
- Priorisation des opportunités commerciales
- Construction d'une stratégie d'entrée marché

12h00 – 13h30 : Pause déjeuner

13h30 – 15h00 : Structurer une stratégie grands comptes

- Développement des comptes clés
- Gestion des relations stratégiques
- Sécurisation des contrats long terme
- Génération de revenus récurrents

15h00 – 15h15 : Pause

15h15 – 17h00 : Atelier pratique #1

- Analyse d'un marché cible
- Identification des partenaires stratégiques
- Élaboration d'un plan de développement commercial
- Feedback et recommandations

Jour 2 : Développer les partenariats et le social selling

08h00 – 08h30 : Retour sur la journée 1

- Échanges et ajustements

08h30 – 10h00 : Construire des partenariats stratégiques

- Identifier les partenaires à fort potentiel
- Construire une proposition de valeur commune
- Techniques de négociation partenariale
- Développer des alliances durables

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Déployer une stratégie de social selling

- Les fondamentaux du social selling
- Développer sa visibilité professionnelle
- Générer des leads qualifiés via LinkedIn
- Créer une approche relationnelle performante

12h00 – 13h30 : Pause déjeuner

13h30 – 15h00 : Aligner marketing et commercial

- Coordination des équipes
- Définition des objectifs communs
- Optimisation de la génération de leads
- Suivi du parcours prospect

15h00 – 15h15 : Pause

15h15 – 17h00 : Atelier pratique #2

- Création d'une stratégie de social selling
- Construction d'un plan de prospection partenariale
- Élaboration d'un plan marketing-commercial
- Débriefing collectif

Jour 3 : Piloter la performance et optimiser la stratégie d'expansion

08h00 – 08h30 : Retour sur la journée 2

- Échanges et ajustements

08h30 – 10h00 : Mesurer la performance commerciale

- Définition des KPI de développement marché
- Analyse des résultats commerciaux
- Mesure du chiffre d'affaires généré
- Évaluation du ROI des actions commerciales

10h00 – 10h15 : Pause

10h15 – 12h00 : Ajuster la stratégie commerciale

- Analyse des performances et écarts
- Optimisation des actions de développement
- Renforcement de l'avantage concurrentiel
- Adaptation aux évolutions du marché

12h00 – 13h30 : Pause déjeuner

13h30 – 15h00 : Construire une feuille de route d'expansion

- Structurer un plan de croissance
- Prioriser les actions stratégiques
- Définir les ressources nécessaires
- Planifier les actions commerciales et marketing

15h00 – 15h15 : Pause

15h15 – 17h00 : Évaluation finale et clôture

- Mise en situation globale
- Présentation d'une stratégie d'expansion marché
- Élaboration d'un plan de partenariats stratégiques
- Analyse des KPI et recommandations
- Feedback personnalisé
- Plan d'action individuel

Méthodes d'évaluation

Évaluation finale sous forme de cas pratique complet : chaque participant devra élaborer une stratégie de développement marché incluant l'identification de nouveaux marchés à fort potentiel, la structuration d'une approche grands comptes et la mise en œuvre d'actions de social selling.