

# APRES-MIDI SUR LA CROISSANCE

France Travail Antibes

10 avril 2025

Les clés du  
développement  
commercial



Chambre  
de **Métiers**  
et de l' **Artisanat**

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR

# OBJECTIFS D'AUJOURD'HUI

## Le développement commercial

- Comprendre les bases du développement commercial.
- Identifier les bonnes pratiques pour booster son activité.
- Découvrir les accompagnements disponibles, notamment ceux de la CMA PACA.

# DEVELOPPER SON ACTIVITÉ

## Définition et enjeux

- Qu'est-ce que le développement commercial ?

Ensemble des actions visant à accroître le chiffre d'affaires.

Stratégies pour attirer, convertir et fidéliser les clients.

- Pourquoi est-ce crucial pour une jeune entreprise ?

TROUVER SES PREMIERS CLIENTS

SE DIFFÉRENCIER SUR LE MARCHÉ

ASSURE LA VIABILITÉ A LONG TERME

# LES PILIERS DU DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

- Bien connaître son marché et son environnement concurrentiel
- Bien se connaître
- Positionner votre offre
- Bâtir son plan d'action commercial (PAC)

PILIER 1

# Bien connaître son marché et son environnement concurrentiel



Chambre  
de **Métiers**  
et de l'**Artisanat**

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR



# Bien connaître son marché et son environnement concurrentiel

En premier lieu, vous devez être incollable sur votre marché et votre environnement.

Cela passe par une parfaite connaissance de vos **clients/prospects** et de leurs **attentes**.

Qui sont mes clients idéaux ?

Quels sont leurs besoins et attentes ?

Qui sont mes concurrents ?

Côté **concurrence**, il est indispensable d'effectuer une **veille** commerciale en permanence. Certaines questions doivent être posées :

- Quelle est l'offre actuelle en place ?
- Comment se positionnent les ventes de vos concurrents en unités, en chiffre d'affaires ?
- Quels sont leurs tarifs ?
- Quel est leur discours commercial ?
- Ont-ils prévu de lancer de nouveaux produits ?

Recherchez l'information partout où elle est disponible : presse, réseaux sociaux, directement dans leurs points de vente ou encore sur leur site internet.

POINT 2

# Bien se connaître

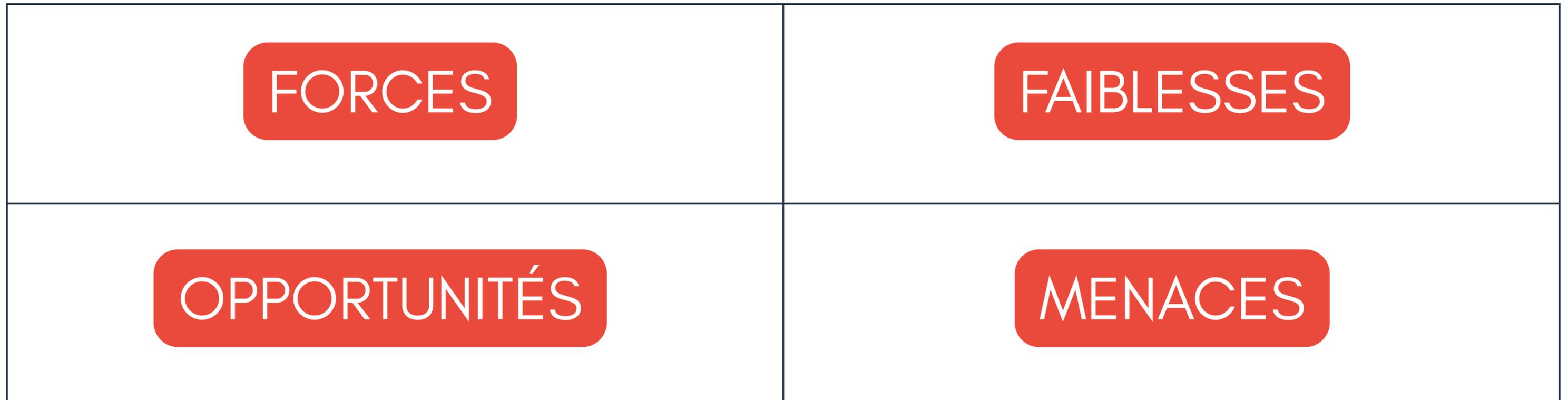


Chambre  
de **Métiers**  
et de l'**Artisanat**

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR



# Bien se connaître



# Bien se connaître

Il s'agit là de mettre en avant vos **points forts**, ceux sur lesquels vous devez **capitaliser** ainsi que vos **points faibles**, ceux sur lesquels il vous faut impérativement **progresser**.

Qu'est-ce qui me distingue ?

Comment apporter de la valeur à mes clients ?

Voici quelques exemples d'éléments clés à explorer :

- Votre réputation
- La qualité et la diversité de votre offre.
- Votre capacité d'adaptation et de proposition de services spécifiques
- Un savoir-faire unique
- Une innovation
- Une maîtrise des coûts
- etc...

PILIER 3

# Positionner son offre



Chambre  
de **Métiers**  
et de l'**Artisanat**

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR



# Positionner son offre

Il s'agit de **définir votre produit ou votre offre commerciale** au travers le mix-marketing, les 4P :

- Votre **politique de prix** (Price) : votre prix doit refléter votre stratégie et vous garantir un bon niveau de rentabilité.
- Votre **politique produit** (Product) : il s'agit là de définir les caractéristiques et les fonctionnalités de votre produit.
- Votre **politique de distribution** (Place) : vous devez choisir le type de distribution le plus adapté à votre offre (web, magasins de proximité, distributeur).
- Votre **politique de communication** (Promotion) : définissez un slogan, un message, une campagne publicitaire, méthode QQOQCP.



POINT 4

# Bâtir son plan d'action commercial (PAC)



Chambre  
de **Métiers**  
et de l'**Artisanat**

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR



# Bâtir son plan d'action commercial (PAC)

Une fois votre stratégie commerciale définie :

Prospection

(physique, digitale, réseaux sociaux, bouche à oreille...)

Outils de vente

(argumentaire, pitch commercial, offres claires, salons...)

Fidélisation des clients existants

(service supplémentaire, offre spécifique, remise, exclusivité...)

Vous devez **définir et planifier** les **actions commerciales** que vous allez mettre en place.

- DATE / BUDGET / PARTICIPANTS / INTERVENANTS

Enfin, après chaque réalisation, vous effectuez un **bilan** sur les résultats de chaque action :

quel est le nombre de nouveaux prospects générés ? Quel est le nombre de commandes réalisées ? Quel a été le taux de satisfaction des participants à l'événement ?

Ainsi, vous serez en mesure de mettre en exergue ce qui a bien ou moins bien fonctionné, ce qui vous sera très utile pour la **mise en place de votre prochain PAC**.

# Exemple

## “LES DOUCEURS DE CAMILLE”

- Pâtisserie artisanale bio & locale basée à Grasse (06)
- Vend en ligne et sur les marchés



# Positionnement de l'offre



## POLITIQUE PRODUIT :

- Gâteaux faits maison avec des ingrédients bio, de saison, et locaux.
- Gamme spéciale sans gluten / sans lactose.
- Packaging recyclable et soigné.

## POLITIQUE PRIX :

- Positionnement “premium abordable” : entre 3,50€ et 4,50€ la pâtisserie.
- Offres groupées (6 pâtisseries = 1 offerte) & tarifs réduits (box gourmande).

## Distribution (Place) :

- Vente directe sur les marchés (Cagnes, Antibes, Grasse) & Partenariats avec des épiceries bio du secteur.
- Site internet avec commande en ligne et livraison locale via vélo cargo.

## Communication (Promotion) :

- Instagram & Facebook avec recettes, coulisses, témoignages clients.
- Flyers distribués sur les marchés.
- Dégustations gratuites ponctuelles + participation à des salons locaux.

# Plan d'action commercial



| Objectif                                      | Action  | Date              | Indicateur de réussite       |
|---|---|-------------------|------------------------------|
| Augmenter la clientèle locale                 | Participer à 2 marchés supplémentaires par mois     | Avril à juin 2025 | +20% de ventes hebdomadaires |
| Améliorer la visibilité en ligne              | Publier 3 contenus par semaine sur Instagram        | Avril à juin 2025 | +100 abonnés par mois        |
| Lancer une offre d'abonnement "box gourmande" | Création page dédiée sur le site + flyer explicatif | Début mai 2025    | 20 abonnés la 1ère semaine   |
| Fidéliser les clients existants               | Offrir un bon de réduction pour un 2e achat         | Tout le trimestre | 30% de retours clients       |

# LES BONNES PRATIQUES POUR DEVELOPPER SON ACTIVITÉ

- Optimiser sa communication
- Structurer son activité commerciale

BONNES PRATIQUES

# Optimiser sa communication



Chambre  
de **Métiers**  
et de l'**Artisanat**

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR



# Optimiser sa communication

Message clair et percutant

Soyez concis et mettez en avant ce qui vous différencie.

Présence en ligne efficace

Créer un site web professionnel et des réseaux sociaux actifs renforcent la visibilité.

Utiliser les bons supports

Cartes de visite, brochures, vidéos, témoignages clients, flyers, QR codes, etc...

Engagement et pertinence

Publiez du contenu pertinent, interagissez avec vos clients et créez une relation de confiance.

Méthode Q Q O Q C P

Qui ? Quoi ? Où ? Quand ? Comment ? Pourquoi ?

BONNES PRATIQUES

# Utiliser un fichier client



Chambre  
de **Métiers**  
et de l'**Artisanat**

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR



# Utiliser un fichier client

Outil facilitateur du développement commercial. Le fichier client permet de centraliser toutes les informations sur vos clients et prospects pour optimiser vos actions commerciales et de communication. Vous pourrez ainsi suivre vos clients, savoir quand les recontacter et quel service leur proposer au meilleur moment.

- le statut (prospect ou client) ;
- les nom et prénom ;
- le poste
- l'adresse ;
- la date de naissance ;
- la date de prise de contact ;
- les coordonnées (téléphone et email).

...

# VOTRE PLAN D'ACTION

## Actions en autonomie

- Reprendre les informations données
- Etudier son marché et son offre
- Constituer son fichier prospects/clients
- Bâtir votre plan d'action commercial (PAC)

## Aller plus loin avec la CMA

- Formations Commerciales ([voir catalogue](#))
- Accompagnements individuels

1. [DECLIC COMMERCIAL](#)

2. [COACH COMMERCIAL](#)

Axel BEN ABDESSELAM – Conseiller Entreprise CMA PACA  
Accompagnement au développement Marketing et Commercial

Tél. : **04 92 12 87 32 – 06 75 32 53 06**

Mail : **a.ben-abdesselam@cmar-paca.fr**