2017 : Développer une démarche commerciale dans le travail protégé et adapté. Bâtir une stratégie commerciale pour son établissement (module 1)

Fiche technique

Secteur
Médico-social

Public
Professionnels ayant un rôle d'élaboration et / ou de pilotage d'une stratégie commerciale, en particulier : Direction d'association, Direction d'établissements, chef d'ateliers, chef de service, fonctions supports (coordonnateur, commercial), etc.

Durée
3 jours

Organisme de formation
➔ SOCIALYS

Date limite d'inscription
17/11/2017

Lieux & dates

➔ **Groupe 1**
Module 1 - lieu à venir
Le 27 novembre 2017
+ Le 28 novembre 2017
+ Le 29 novembre 2017

Interlocuteur Opco Santé

Ana-Maria CESUR
ana-maria.cesur@unfaf.fr
04 91 14 05 49

Interlocuteur OF

Aurélien CONNAN
socialys@gmail.com
06 07 84 90 50

Contexte

Depuis plusieurs années, le secteur est traversé par une double tendance :

➔ d'une part, le soutien des acteurs publics lié à la mission sociale de ces établissements est en recul, ce qui conduit les établissements à rechercher davantage un auto-financement, grâce à leur production.

➔ d'autre part, alors que la mission de production devient vitale pour assurer la survie des établissements, les missions de productions traditionnelles sont touchées de plein fouet par les effets de la crise économique.

Pour les établissements, les enjeux sont cruciaux et complexes :

➔ Garantir la qualité des prestations fournies dans un contexte de concurrence mondialisée et s'assurer de la satisfaction des clients

➔ Identifier de nouveaux secteurs d'activité porteurs adaptés aux capacités des publics accueillis et à leurs évolutions (vieillissement notamment)

➔ Promouvoir cette offre de services auprès de nouveaux clients. Il s'agit pour ces structures de concilier le modèle économique dans lequel elles doivent s'inscrire et les missions d'accompagnement social et médico-social d'un public qui évolue. Pour ce faire, elles doivent acquérir et développer de nouvelles compétences dans le domaine commercial.

Objectifs

➔ Permettre aux professionnels d'impulser une dynamique commerciale en impliquant l'ensemble des acteurs de l'association

➔ Concilier la stratégie commerciale avec les valeurs de l'association et l'accompagnement social ou médico-social.

➔ Accompagner la professionnalisation des structures dans la relation client

Prérequis

Aucun prérequis n'est demandé

Contenu

Définir son positionnement commercial

➔ Le positionnement du directeur

➔ Identifier et connaître le marché (repérer ses concurrents, les activités et les prix pratiqués, conduire un Benchmark)

➔ Se positionner sur un marché et afficher la stratégie commerciale

Piloter le développement et l'appropriation de la stratégie commerciale

- Construire le plan d'action commercial
- Le faire partager, conduire sa mise en œuvre
- L'impact de la stratégie sur les compétences : identifier les nouvelles compétences nécessaires liées à la stratégie commerciale et à l'évolution potentielle de l'organisation.

Identifier l'opportunité de développer une clientèle publique et améliorer sa réponse aux appels d'offres.

- Les grandes règles des marchés publics et les sites sur lesquels effectuer la veille
- Des outils méthodologiques pour organiser, rédiger et présenter sa réponse technique et sa candidature.