

SAE STRATÉGIE COMMERCIALE

OBJECTIFS DE LA SAÉ

Compétences ciblées :

- Participer à la stratégie marketing et commerciale de l'organisation
- Manager la relation client
- Conduire les actions marketing
- Vendre une offre commerciale

Objectifs et problématique professionnelle :

- Organiser les actions commerciales d'une entreprise en cohérence avec la stratégie marketing sur un secteur déterminé.
- La problématique professionnelle est centrée sur le développement de la stratégie commerciale d'une société.

OBJECTIFS DU CAS PARTENAIRE CÉLESTE

Votre mission consiste à **rédiger une proposition de plan de développement commercial** adaptée aux problématiques, spécificités et ambitions de CÉLESTE.

Le plan de développement commercial =

- la dimension « **d'efficacité opérationnelle** » d'une stratégie commerciale,
- une feuille de route permettant de définir les actions commerciales à réaliser, les suivre et les mesurer, pour atteindre les **objectifs fixés par la stratégie commerciale**
- un document de travail présentant les **caractéristiques du marché**, la **structure de l'entreprise**, **l'offre envisagée**, les **objectifs quantitatifs et qualitatifs**, les **méthodes de commercialisation** prévues, les **projections financières** et les **indicateurs de suivi des performances**.

Ce travail de recherche, d'analyse, de réflexion et de stratégie sera réalisé en groupes de 4 étudiants, puis validé par votre responsable pédagogique.

EX : 1 SLIDE D'OUVERTURE + 10 SLIDES X 2MN = 20MN

1er slide d'ouverture puis

5 slides pour une analyse globale

1. caractéristiques du marché et de ses segments
2. acteurs du marché et concurrence directe & indirecte de Céleste
3. stratégie de l'entreprise, facteurs clés de succès, SWOT
4. segments, offre, valeur, et offres complémentaires (fibre, cloud & cybersécurité)
5. stratégie commerciale, cibles

3 slides pour détailler le plan de développement commercial

6. objectifs quantitatifs et qualitatifs,
7. méthodes & actions de commercialisation recommandées, organisation commerciale & "incentives"
8. plan d'action commercial & marketing

2 slides pour préciser quelques données & Indicateurs

9. projections financières
10. indicateurs de suivi de la performance commerciale

SUGGESTION DE DIAPO D'OUVERTURE

Faire un beau 1er slide avec le titre de la présentation :
“Plan de développement commercial”.

Y mettre une ou plusieurs photos qui illustrent l'activité
de Céleste (Fibre, Cloud et Cybersécurité)

Et celle d'une personne contente (on pensera au client
heureux d'avoir choisi Céleste).

Ajouter vos prénoms + noms

Ajouter le logo de Céleste

ANALYSE GLOBALE

1. CARACTÉRISTIQUES DU MARCHÉ ET DE SES SEGMENTS

- Présentez les 3 marchés principaux de Céleste :
 - Les Télécoms pour entreprises et de la fibre en particulier
 - Le Cloud pour entreprises et donc celui de l'hébergement dans des datacenters
 - La cybersécurité pour entreprises
- Etudiez si certaines industries (“verticaux”) sont plus susceptibles d’avoir besoin de Télécom, Cloud ou Cybersécurité que d’autres, et pourquoi.
 - Ex : les hôpitaux, la pub & médias numériques, l’industrie manufacturière, les e-commerçants, etc.
- Indiquez les principaux segments du marché des entreprises
 - Ex : Les TPE, les PME, les ETI, les grands comptes, ...
- Classez ces marchés et verticaux par la taille et indiquez leur évolution passée et estimée pour les prochaines années si vous pouvez la trouver.

ACTEURS DU MARCHÉ

CONCURRENCE DIRECTE & INDIRECTE DE CÉLESTE

- Indiquez les principaux concurrents de Céleste
 - Concurrents ayant une offre directement concurrente à celle de Céleste et leurs marchés et verticaux adressés
 - Concurrents indirects éventuellement (alternatives autres que des opérateurs)
- Indiquez pour chacun d'eux leur spécificité, positionnement et idéalement leurs faiblesses qui pourraient constituer des opportunités pour Céleste.
 - Par exemple, recherchez si les concurrents offrent les 3 services de Céleste : Télécom Fibre, Cloud et Cybersécurité
 - Autre exemple : pas de présence de concurrents dans la pub & médias.

2. STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE, FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS, SWOT

- Indiquez les besoins et problèmes des marchés, verticaux et segments concernant la Fibre, le Cloud et la Cybersécurité.
- Indiquez les forces de Céleste (par ex de disposer d'une offre complémentaire Fibre, Cloud et Cybersécurité) pour
 - répondre à ces opportunités (problèmes & besoins) pour ces verticaux, pour ces segments
 - se différencier de ses concurrents
- Indiquez les faiblesses de Céleste
- Indiquez les menaces potentielles (par exemple le doublement des coûts d'infrastructure)
- Faire une recommandation de verticaux et de segments sur lesquels l'action marketing & commercial devra se concentrer.

3. SEGMENTS, OFFRE, VALEUR ET OFFRES COMPLÉMENTAIRES

- En une phrase, indiquez la stratégie que vous recommandez pour Céleste.
- Pour chacun des verticaux recommandés, indiquez dans un tableau:
 - les segments choisis x 3 offres dans une matrice en remplissant chaque cellule par la **valeur différenciante** délivrée par Céleste.
 - Indiquez en Ligne 5 les bénéfices de l'offre combinée des 3 offres
 - Indiquez en colonne 5 les offres complémentaires qui ajoutent de la compétitivité telles que services, etc.

Offres principales	(ex PME)	(ex ETI)	Offres complémentaires
Télécom Fibre			
Cloud			
Cybersécurité			
Bénéfice cumulé			

4. STRATÉGIE COMMERCIALE, CIBLES

- Indiquez les principes de base de la stratégie commerciale de Céleste que vous recommandez, par ex :
 - Vente directe aux ETIs, organisées par verticaux
 - Vente indirecte aux PME via des partenaires spécialisés sur les verticaux
- Précisez la nature des partenaires, probablement différente selon les segments et verticaux adressés et éventuellement selon les offres (Télécom, Cloud et Cyber)
- Indiquez en quoi votre stratégie assure une couverture géographique totale des marchés cibles.
- Précisez les personnas clés à cibler par les commerciaux et le marketing

PLAN DE
DÉVELOPPEMENT
COMMERCIAL

5. OBJECTIFS QUANTITATIFS ET QUALITATIFS

6. MÉTHODES & ACTIONS DE COMMERCIALISATION RECOMMANDÉES, ORGANISATION & INCENTIVES

7. PLAN D'ACTION COMMERCIAL & MARKETING

DONNÉES &
INDICATEURS CLÉS
(KPIs)

9. PROJECTIONS FINANCIÈRES

10. INDICATEURS DE SUIVI DE LA PERF. COMMERCIALE

OFFRE B2B - PRODUIT & SERVICES PRINCIPAUX

**Les 3
dimensions:**

