

FORMATION DEFINIR SA STRATEGIE COMMERCIALE ET DECLINER SON PLAN D'ACTIONS ^{2PAC}

Public Visé

Managers commerciaux, responsables commerciaux et directeurs commerciaux

Durée

14.00 Heures en présentiel en présentiel
2 Jours

Pré Requis

Aucun.

Parcours pédagogique

La stratégie commerciale d'entreprise

- Comprendre la stratégie commerciale d'entreprise et ses enjeux
- Impliquer les acteurs concernés dans la déclinaison de cette stratégie
- Comprendre l'importance des indicateurs de suivi et de performance
- Décliner la stratégie commerciale d'entreprise
- Analyser la performance commerciale, construire la matrice SWOT de son unité

Définir les axes de développement prioritaires en lien avec la stratégie commerciale d'entreprise

- Construire une segmentation opérationnelle : cibles / produits/ méthodes de conquête et de fidélisation / actions
- Définir le positionnement par segment et les objectifs opérationnels associés
- Identifier les indicateurs de suivi de la performance (résultats, portefeuille clients, qualité de la relation commerciale, activité...)
- Traduire votre stratégie commerciale en Plans d'actions opérationnels

Exercice : Réaliser un diagnostic en utilisant la matrice SWOT

Construire le PAC

- Analyser les performances et définir les axes d'amélioration prioritaires
- Définir et structurer un plan d'actions commerciales : idée, actions, moyens, objectifs, indicateurs et suivi (tableau de bord)
- Identifier et répartir les moyens Intégrer des opérations commerciales spécifiques (foires, salons, opérations coup de poing, organisation d'événements...)
- Déterminer les indicateurs au service des objectifs

Exercice : Travail de réflexion en sous-groupe sur les différents types d'actions commerciales

- Piloter, suivre, contrôler le PAC «Timer» et hiérarchiser les actions à mettre en place : actions clients / marketing / management
- Définir un mode de pilotage
- Faire vivre les tableaux de bord pour une analyse et un suivi performant
- Analyser les écarts et gérer les actions correctives
- Informer et animer les actions en cours
- Utiliser la méthode PDCA

Exercice : Utilisation de la méthode PDCA « Vendre » son PAC en interne

Présenter efficacement le PAC à sa hiérarchie, à ses collaborateurs

Un impératif : formaliser le PAC par écrit Remporter l'adhésion Initier les actions

Objectifs pédagogiques

- Comprendre la stratégie commerciale d'entreprise
- Décliner cette stratégie en objectifs opérationnels
- Construire et mettre en œuvre le Plan d'Action Commercial
- Piloter, évaluer et faire évoluer le PAC pour améliorer ses performances
- Promouvoir le plan en interne : hiérarchie, collaborateurs

Méthodes et moyens pédagogiques

Cette formation est orientée sur une approche pratique et pragmatique avec une alternance d'exposés et de méthodes actives : exercices, mises en situation, jeux de rôle, travail en sous-groupes.

Qualification Intervenant(e)(s)

Consultant – Formateur expert en Performance Commerciale

Méthodes et modalités d'évaluation

QCM, tour de table, observation

Modalités d'Accessibilité

Accès PMR

Effectif

De 1 à 12 Personnes