

DEFINIR SA STRATEGIE COMMERCIALE ET DECLINER SON PLAN D' ACTIONS

Code produit : 2PAC / Version : v1

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- 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

PUBLIC CONCERNE/EMPLOI VISE

Toute personne...

Pour emploi visé, à noter pour chaque formation certifiante

PREREQUIS

Managers commerciaux, responsables commerciaux et directeurs commerciaux

MODALITES

Durée : 14 heures / 2 jours

Type : Présentiel

Méthodes et moyens pédagogiques : Apports théoriques et pratiques, jeux de rôle, QCM, vidéo de présentation, supports informatiques, livrets, exercices, mises en situations, travail en sous-groupes.

Validation des acquis : QCM, tour de table, observation

Sanction de la formation : Attestation de fin de formation

Profil de l'intervenant : Formateur spécialisé dans le domaine de la performance commerciale

PROGRAMME

- **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
 - Rempoter l'adhésion
 - Initier les actions

LES + ASFO

Nos responsables pédagogiques et intervenants sont des experts reconnus dans leur métier.

Certification AFNOR selon le référentiel ISO 9001.