

Élaborer son Plan d'Actions commerciales

Stratégie commerciale et orientation clients

Aujourd'hui, le temps est compté et les résultats doivent être au rendez-vous. Prospection, conquête, fidélisation, attaque... La réflexion est de mise, avant de passer à l'action. Le directeur commercial doit être sur tous les fronts et doit guider, manager, orienter, développer les compétences de ses équipes commerciales. Le plan d'actions commerciales est une démarche clé pour le directeur commercial, le responsable commercial, qui doit réaliser le bilan des actions de l'année en cours et anticiper celui de l'année à venir.

En présentiel ou à distance



Objectifs

- Maîtriser la démarche entre la stratégie marketing et commerciale
- Comprendre l'enjeu et l'utilité d'un PAC
- Identifier les segments de clients prioritaires
- Élaborer sa stratégie commerciale avec ses équipes
- Bâtir et formaliser son PAC
- Mesurer les résultats du Plan

Publics concernés

- Dirigeant, gérant, entrepreneur,
- Directeur commercial
- Responsable commercial, chef d'équipe commerciale, chef de secteur....
- Commercial

Pré-requis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

Programme de cette formation

1 – Identifier les enjeux et les leviers face aux clients :

- Structurer les objectifs commerciaux selon les enjeux du PAC
- Réaliser le PAC dans le cadre de la stratégie globale de son entreprise
- Respecter les étapes clés du PAC et les facteurs clés de succès
- Élaborer les différentes stratégies : prospection, fidélisation, conquête...

Durée

2 jours (14 heures)

Accessibilité

- Déroulé du programme adapté à un public en situation d'handicap.
- Condition d'accueil et d'accès avec mise en place et adaptation des moyens.
- Accès aux salles de formations avec les aménagements prévus par l'établissement qui nous reçoit.
- Protocole de sécurité et règlement intérieur de l'établissement qui nous reçoit.

Formateurs experts

Les formateurs de human SUCCESS sont des experts, intervenant régulièrement auprès de dirigeants sur le Plan stratégique d'entreprise et/ou sur le pilotage de comité de direction.

Faites financer cette formation !

Vous pouvez vous faire financer cette formation dans le cadre d'un Plan de formation via votre OPCO (ex-OPCA). Les critères de formations sont spécifiques à chaque OPCO.

Nous sommes à votre écoute pour vous aider dans cette démarche en ce qui concerne la gestion administrative.

2 – Faire le point sur son portefeuille clients :

- Utiliser les matrices de segmentation clients, pour repérer les clients stratégiques
- Formaliser son diagnostic et son analyse
- Recommander ses actions pour sécuriser, renforcer ou développer
- Partager, présenter et faire valider son plan d'actions

Prix en INTER

1450€ HT

3 – Définir des objectifs et des actions commerciales à chaque tournée :

- Penser à des objectifs spécifiques
- Élaborer des actions spécifiques en lien avec l'offre : produits, services, prix, distribution, communication
- Définir les tournées et les actions terrain
- Utiliser les outils de la relation commerciale : marketing direct, promotions, e-marketing, marketing téléphonique, salons et événements...

Prix en INTRA

Uniquement sur devis

4 – Mesurer le plan d'actions commerciales en actions :

- Faire le point sur les objectifs et les indicateurs par action
 - Réaliser le bilan des actions et mesurer leur efficacité
 - Se concentrer sur les équipes au niveau management dans le cadre du PAC
 - Planifier, mesurer et contrôler les résultats : bilan de l'atteinte des objectifs – outils de suivi et de mesure, tableaux de bord et indicateurs de mesure
-

Modalités d'évaluation

Cette formation fera l'objet d'une évaluation à chaud de la session, comprenant des critères qualitatifs et quantitatifs.

Les points forts

- Des cas appropriés sur la démarche commerciale
 - Des exercices sur les outils et matrices de segmentation commerciale
 - Un cas de mise en œuvre de la matrice ABC avec construction d'un Plan d'actions commerciales
 - Le cas personnalisé de leur stratégie d'entreprise est réalisé par les participants
 - + 30 minutes d'accompagnement après la formation pour mettre en œuvre
-

Compétences

- Élaborer et mettre en œuvre avec succès un Plan d'Actions Commerciales.
 - Acquérir la méthode de réalisation et mise en application du PAC
-

Délai d'accès

- En intra : selon devis personnalisé
 - En inter : voir les dates de formation
-

Méthodes mobilisées

- Des cas appropriés sur la démarche commerciale
- Des exercices sur les outils et matrices de segmentation commerciale
- Un cas de mise en œuvre de la matrice ABC avec construction d'un Plan d'actions commerciales
- Le cas personnalisé de leur stratégie d'entreprise est réalisé par les participants

Le cœur du métier, c'est **LA PEDAGOGIE**.

Les 8 points forts de human SUCCESS :

- Une pédagogie active, ludique et interactive
- Une alternance d'apports conceptuels et méthodologiques
- L'analyse de situations concrètes
- Des exemples clés
- L'appropriation de nouveaux réflexes
- Une application en lien avec l'univers professionnel des participants
- Un travail en équipe systématique
- Des échanges d'expériences des participants