

## CHALLENGEZ VOTRE PLAN D'ACTION COMMERCIAL

FORMATION COLLECTIVE		FORMATION INDIVIDUELLE / BINÔME	
<b>DURÉE</b>	<b>1 JOUR</b> (7 heures)	<b>DURÉE</b>	<b>1 JOUR</b> (7 heures)
<b>TARIF*</b>	<b>450 €</b>	<b>TARIF*</b>	<b>890 €</b> soit <b>445 €</b> <small>par personne en binôme</small>
<b>DATE 2021</b>	Nous consulter	<b>DATE 2021</b>	Dates à programmer ensemble

*\*non assujetti à la TVA*

### ► Profil des participants

- Directeurs et responsables commerciaux

### ► Prérequis

- Pas de Pré-requis

### ► Objectifs

- Savoir porter un regard critique sur son PAC

- Savoir réorienter son PAC en fonction des objectifs stratégiques de l'entreprise
- Mettre en œuvre les actions commerciales pertinentes en fonction des objectifs à atteindre

### ► Méthode pédagogique

- Analyses de pratiques et mises en situation

- Apports méthodologiques et d'outils
- Possibilité de mise en place d'une demi-journée de coaching individuelle, 3 semaines après la formation, pour échanger sur son plan et valider sa pertinence
- Remise à chaque participant d'un support de formation

## ► PROGRAMME

### 1. Analyser son Plan d'Action Commercial

- Quelles actions pour quelle rentabilité ?
- Analyser le portefeuille clients et prospects
- Quels indicateurs de performance ?

### 2. Développer une démarche commerciale stratégique

- Passer du plan marketing à la notion de stratégie commerciale
- Intégrer les informations marketing/client dans la stratégie commerciale
- Identifier l'attractivité des clientèles à prendre en compte : potentiel et taux de pénétration
- Réaliser une étude SWOT et analyser sa position
- Identifier des opportunités de croissance, les traduire en stratégie de développement et formaliser une stratégie commerciale

### 3. Mettre en œuvre sa stratégie commerciale

- Identifier les enjeux à partir des choix stratégiques : fidélisation, développement et conquête
- Sélectionner les opportunités de distribution
- Élaborer et mettre en place le plan d'action commerciale : définir le plan de prospection, établir un planning de réalisation et piloter les actions définies
- Établir le compte d'exploitation prévisionnel de sa stratégie commerciale
- Chiffrer les actions nécessaires à la mise en place de la stratégie commerciale
- Déterminer les différents niveaux de profitabilité prévisionnelle
- Sélectionner les indicateurs clés