

Bâtir et piloter le Plan d'Action Commercial

Cours Pratique de 3 jours - 21h

Réf : PAC - Prix 2024 : 1 950CHF HT

Le Plan d'Action Commercial (PAC) est la transcription opérationnelle de la stratégie de l'entreprise. Cette formation vous permettra d'acquérir les méthodes et outils pour définir, mettre en œuvre, piloter votre Plan d'Action Commercial, le déployer au sein des équipes et en mesurer la performance.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation l'apprenant sera en mesure de :

Analyser son portefeuille ou son marché

Fixer ses objectifs et élaborer sa stratégie commerciale globale

Construire son Plan d'Action Commercial et le décliner en actions de marketing opérationnel

Suivre, évaluer et adapter son Plan d'Action Commercial

Promouvoir son Plan d'Action Commercial auprès de sa direction et de ses collaborateurs

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Méthodes pédagogiques actives et participatives. Alternance de théorie/pratique avec application au contexte et expériences des participants

TRAVAUX PRATIQUES

Apports théoriques et exercices pratiques

LE PROGRAMME

dernière mise à jour : 06/2021

1) Du plan marketing au Plan d'Action Commercial

- Le PAC : traduire les objectifs marketing en objectifs commerciaux.

- Définir les indicateurs marketing et commerciaux.

- S'approprier l'architecture de la démarche et ses étapes. Prévenir les conflits avec les autres fonctions.

Exercice : Définir des objectifs commerciaux.

2) Analyse et diagnostic

- Comprendre les faits significatifs par segment de marché et de clientèle.

- Analyse du portefeuille client. Les forces et faiblesses de l'équipe commerciale.

- Etudier la concurrence.

- Construire la matrice SWOT par secteur de vente.

Exercice : Réalisation d'un diagnostic (matrice de Porter, recherche des facteurs clés de succès, SWOT).

3) Définir sa stratégie d'objectifs

- Valider ses domaines d'activités stratégiques (DAS) : les segments stratégiques et le ciblage, les produits...

- Fixer les actions en lien avec les objectifs marketing : matrices ABC, produits/clients.

- Définir son positionnement par segment de clients.

Exercice : Construction d'un tableau de segmentation produits/clients et étude du positionnement correspondant.

4) Décider des actions et bâtir son Plan d'Action Commercial

- Analyser les performances, les axes d'amélioration.

- Définir sa stratégie tarifaire.

PARTICIPANTS

Responsables commerciaux, managers commerciaux, chefs des ventes, toutes les personnes en charge du déploiement des stratégies opérationnelles et commerciales.

PRÉREQUIS

Connaissances en marketing.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les stages pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque stage ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le stagiaire a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Vous avez un besoin spécifique d'accessibilité ? Contactez Mme FOSSE, référente handicap, à l'adresse suivante psh-accueil@orsys.fr pour étudier au mieux votre demande et sa faisabilité.

- Distribution : définition de la politique tarifaire et du réseau approprié.
- Communication : promotions, publicité de consommateurs, animation de la force de vente.
- Politique de vente : adéquation des moyens à la stratégie initiale.
- Construction d'un Plan d'Actions internes, externes.

Exercice : Etude des actions prioritaires à mener (prospection, fidélisation, animation de la force de vente).

5) Planifier, lancer et contrôler des actions

- Etablir le compte d'exploitation prévisionnel.
- Rédaction des fiches descriptives d'actions.
- Dresser l'inventaire des moyens : choix et répartition.
- Etablir les plannings d'actions clients, de marketing opérationnel et de management.
- Les tableaux de bord de suivi.

Etude de cas : Elaboration d'un plan d'action commercial finalisé.

6) Savoir "vendre" son PAC à sa hiérarchie et à ses collaborateurs

- Simplifier la présentation du PAC.
- Trouver les bons arguments pour obtenir l'adhésion.
- Vendre son PAC à la Direction, aux vendeurs.
- Lancer l'action : la réunion marketing/ventes.

Exercice : Entraînement à la "vente" du Plan d'Action Commercial.

LES DATES

CLASSE À DISTANCE

2024 : 15 mai, 08 juil., 14 oct.