



14 HEURES



Présentiel 2 jours



Distanciel 14 h

ÉLABORER UNE STRATÉGIE ET LA DÉCLINER EN PLAN D'ACTIONS COMMERCIALES



PUBLICS CONCERNÉS

Tout public en charge de développer une activité commerciale (Managers commerciaux, Dirigeants, Directeurs).



PRÉ-REQUIS

Bien connaître son entreprise, son offre, son organisation et sa communication externe.



OBJECTIFS

- Comprendre comment mener une démarche stratégique pour construire une stratégie commerciale
- Diagnostiquer son activité et son environnement et construire son plan d'actions commerciales à l'aide d'une méthodologie en 4 étapes
- Identifier et savoir construire les outils de vente indispensables à ses actions
- Savoir suivre le plan d'actions commerciales

Cette formation propose une méthodologie pour avancer vers des choix business et mettre en œuvre de façon opérationnelle l'offre de l'entreprise sur son marché notamment à travers un kit de vente.

PROGRAMME DÉTAILLÉ

1. LA DÉMARCHE STRATÉGIQUE

- « Il n'est pas de vent favorable pour celui qui ne connaît pas son port »
- Le mix marketing et plan marketing
- La méthodologie de réalisation d'un plan d'actions commerciales (PAC) et le Plan de vente AIDER

Atelier : État des lieux de son existant – identification de ses actions à mener

2. DIAGNOSTIQUER VOTRE ACTIVITÉ

- Analyser l'environnement : analyser les opportunités et les menaces du marché, et diagnostiquer les forces et faiblesses de son entreprise au regard de sa stratégie
- Définir sa cible et segmenter son portefeuille clients
- Outils : les 3V / les matrices de diagnostic SWOT et PESTEL / la segmentation

Atelier : Mise en pratique des outils à votre situation

3. CONSTRUIRE LE PLAN D'ACTIONS COMMERCIALES

- La structure du plan d'actions commerciales
- Méthodologie de réalisation du PAC : les 4 étapes

Atelier : Mise en pratique à votre situation

4. CONSTRUIRE LES OUTILS DE VENTE

- Lister le kit de vente – mettre en valeur l'offre (Argumentation CAB)
- Définir les objectifs et les messages associés : Méthode AIDA

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Centrée sur la mise en pratique. Les participants appliquent les outils et méthodes à leur situation d'entreprise lors de plusieurs ateliers pédagogiques et commencent ainsi à construire des outils opérationnels.

SUPPORTS PÉDAGOGIQUES

Pendant la formation, chaque participant utilise un support qui reprend les concepts et différents points traités et des exercices d'application et d'entraînement.

ÉVALUATION

- ▶ **Amont** - Recueil des attentes et besoins, vérification du pré-requis
- ▶ **Début de la formation** - Quizz de démarrage ; évaluation de pré-acquis
- ▶ **Fin de la formation** - Quizz de fin ; Évaluation des acquis ; Évaluation de la satisfaction à chaud en salle et à froid en ligne après 3 mois.

ATTESTATION DE FORMATION

- Répondre aux attentes, besoins et motivations des clients – Atelier SONCAS et préparer la prospection (script d'appel, message mail)

Atelier : État des lieux des outils existants – identification d'axes d'amélioration à apporter – initialiser quelques outils du kit de vente

5. SUIVRE LE PAC

- Suivre au quotidien son plan d'actions commerciales : planifier les échéances, les ressources, les moyens
- Établir les indicateurs de résultats quantitatifs et qualitatifs : outils indicateurs
- Réaliser un tableau de bord de suivi
- Enrichissement d'un Plan de Progrès Individuel

Atelier : Élaboration de son plan d'action