

L'élaboration de son plan d'actions commerciales PAC

Objectifs

Analyser la position de l'offre de l'entreprise. Construire son PAC. Structurer et animer sa force commerciale.

Méthode pédagogique

Formation présentielle. Apports théoriques, étude de cas, plan concret de mise en œuvre.

Suivi et évaluation

QCM, attestation présence, attestation formation individualisée

Public

Dirigeants TPE/PME, responsables des ventes ou commercial, chefs d'agence,

Prés requis

Aucun

Durée

14H (2 jours)

Date

Au choix de l'entreprise

Prix

390€ HT / Jour / Stagiaire

Lieu

Au choix de l'entreprise



Points forts de la formation

Identifier les leviers de croissance et fixer ses objectifs en rapport avec ces leviers.

Programme

Clarifier l'environnement de l'entreprise

- L'identification de la finalité de l'entreprise.
- L'évaluation de l'environnement économique, juridique, technique, culturel.

Savoir analyser la position de son offre sur le marché

- Le diagnostic de la nature des menaces et opportunités externes.
- Le positionnement des contraintes : portefeuille client, concurrence.
- Le positionnement de son impact : domination, différenciation, concentration.
- L'identification de ses forces/faiblesses internes : mise en œuvre, suivi des clients
- La sélection de ses objectifs à atteindre.

Savoir construire son plan d'actions commerciales P.A.C.

- La définition de sa cible client.
- La priorisation de ses objectifs secondaires.
- L'élaboration de son offre.
- La sélection des techniques et outils opérationnels de vente.
- La déclinaison des temps de gestion : tableau de bord.
- La mesure de son efficacité : ratio clés.

Savoir structurer et animer sa force commerciale

- La fixation de ses priorités et son organisation.
- L'entraînement à l'adoption de posture mobilisatrice de leader.
- La gestion des situations conflictuelles.
- La gestion des remarques.