



Construire et déployer son Plan d'Actions Commerciales

Les clés pour réussir



7 heures
1 jour



Lieu de formation

Dans votre entreprise.
Au centre de formation.



Pour qui ?

- ▶ Directeur et responsable commercial, directeur commercial régional, chef d'agence, chef des ventes, cadre commercial.



Prérequis

- ▶ Cette formation ne nécessite pas de prérequis.



Objectifs

- ▶ Identifier les priorités de l'action commerciale en regard de la stratégie.
- ▶ Analyser le portefeuille client et la performance commerciale.
- ▶ Élaborer le plan d'actions commerciales par cible.
- ▶ Faire adhérer la force de vente au plan d'actions commerciales.



Enjeux

- ▶ Acquérir les fondamentaux.



Points forts de la formation

- ▶ Acquérez de solides outils pour construire votre plan d'actions commerciales : Matrice SWOT, tableaux ...
- ▶ Vous réaliserez l'analyse de votre propre périmètre de vente et définissez des priorités concrètes.
- ▶ A travers l'exercice, vous établirez votre propre tableau de bord afin de piloter et suivre votre démarche commerciale.



Une formation sur mesure

Toutes nos formations répondent à des besoins génériques et courants, cependant nous pouvons les adapter pour répondre à vos **attentes, vos préférences et vos disponibilités** :

Le lieu de formation : Dans vos locaux, salles de réunions indépendantes, ou toutes autres localisations souhaitées.

Le contenu : Formation standard ou sur mesure en fonction de vos besoins.

Tarif : Le tarif minimum d'une formation est de 980,00 euros HT/jour. Ce tarif ne tient pas compte de la personnalisation de l'enseignement, en fonction de votre niveau et de vos objectifs professionnels. Veuillez nous contacter pour obtenir un devis précis.

Délais : Notre délai moyen constaté pour le commencement de la formation est de 1 mois après votre inscription.

Handicap : Si vous avez besoin d'aménagements spécifiques (pédagogique ou physique), merci de prendre contact avec nous.

Pour de plus amples informations, n'hésitez pas à nous contacter par courriel ou par le biais de notre site internet.

Contactez-nous :



contact@possibility.fr



www.possibility.fr



Programme

1^{ère} étape : Analyser son marché et définir sa stratégie commerciale

► **Action :**

Rechercher l'information pertinente pour analyser le territoire de vente et du marché.

► **Analyser :**

Le portefeuille client, le portefeuille produits, les couples clients/produits.

► **Construire :**

La matrice SWOT de son périmètre de vente.

2^{ème} étape : Décider des actions et construire son business plan

► **Action :**

Définir ses choix en fonction de son analyse.

► **Traduire :**

Ses décisions en objectifs de vente : le business plan du territoire.

► **Les actions pour atteindre l'objectif :**

Distribution des produits, promotion et efficacité force de vente.

3^{ème} étape : Déployer le plan d'actions commerciales

► **Action :**

Formaliser et communiquer le plan d'actions commerciales.

► **Planifier les actions :**

Clients, marketing opérationnel, management.

► **Suivre :**

Établir son tableau de bord pour piloter et suivre.