

Construire son Plan d'Actions Commerciales

Le Diagnostic plan d'action constitue la référence à laquelle vont se conformer l'ensemble des orientations et des actions mises en œuvre par l'entreprise. Avec l'aide du dirigeant et éventuellement du personnel clé de l'entreprise. Nous utilisons une méthode innovante d'analyse (le Quoi - Qui - Comment) afin de dégager clairement un Plan d'Actions.



Durée

1 JOUR (7 h) fractionné en deux sessions
En présentiel OU distanciel



Public visé

Entrepreneurs, dirigeants, indépendant, artisans et commerçants
Accessibilité aux personnes en situation de handicap: (nous contacter)



Niveau requis

Avoir un ordinateur et être à l'aise avec l'outil informatique



Méthode pédagogique

- Alternance d'apports, d'ateliers, d'études de cas et d'échanges avec les participants
- Formation action : vous êtes "concepteur" et "animateur" pendant la formation, avec le feed-back personnalisé du formateur
- Au fil de vos propres mises en pratique, et de l'observation des autres participants, vous progressez en confiance et en maîtrise des techniques du formateur
- L'apprentissage s'effectue dans un cadre ludique (Salle en lumière du jour spacieuse dans un espace propice à des formations réussies - WiFi - Ecran HD tactile - Présentations PowerPoint) les participants fournissent un investissement personnel important (participation, sortie de zone de confort) avec plaisir
- Cas pratiques et jeux de rôle reprenant des situations réelles du milieu professionnel
- Nombreux échanges avec le participant



Objectifs

- Élaborer et mettre en place un plan d'actions
- Définir la vision de l'entreprise
- Définir ses cibles prioritaires
- Définir un Plan d'actions commerciales



Programme

Analyse du QUOI

- Quel est le métier de l'entreprise ?
- Quelle est la vision de l'entreprise ?
- Quels sont les sources de revenus actuelles et futures ?

Analyse du QUI

- Ciblage de la clientèle et définition des orientations clients,
- Segmentation de la clientèle
- Définition des cibles prioritaires
- Validation de l'existence d'un marché par cibles.

Analyse du COMMENT

- Définition des thèmes de communication, langage, arguments,
- Choix des modes et supports de communication, publicité,
- Commercialisation et distribution, choix des canaux,
- Définition d'une organisation de vente cohérente avec le mode de commercialisation et les objectifs

Définir le Plan d'Actions

- La démarche aboutit à la création d'un document stratégique servant de référence à l'ensemble des intervenants du processus commercial.

Les plus :

- Pédagogie active et forte participation du stagiaire
- Une documentation complète, reprenant les principaux contenus de la formation est remise à chacun ainsi qu'un livret reprenant les points clés pour favoriser la mise en application et les axes d'amélioration
- Nos formateurs sont des spécialistes certifiés ayant une double compétence comportementale et vente avec une grande expérience terrain
- Création du plan d'actions
- Travail sur les situations concrètes des participants



et apports du formateur
Session de 1 à 6 participants



Prix

Inter : 740€ht (940€ttc) par personne
Intra : contactez-nous

Suivi et évaluation des acquis :

- Sanction de la formation : Attestation de présence
- Les stagiaires sont évalués tout au long de la formation à travers de nombreux exercices pratiques et mises en situation attestant de l'acquisition du niveau d'autonomie du participant

