

Création d'un plan d'actions commerciales (PAC)

Réf : PACCOM



OBJECTIFS DE LA FORMATION

Se doter d'un Plan D'Action pour structurer sa démarche commerciale.

Orienter son énergie commerciale pour atteindre ses objectifs.

Utiliser le tableau de bord pour piloter au plus près de son activité.



2 jours, soit 14 heures



Nous consulter



620 € HT/participant



Public / Prérequis

Toute personne acteur dans la construction du PAC, Directeur commerciaux, managers d'équipes commerciales, commerciaux terrain, chefs.



Méthodes et Moyens pédagogiques

Exposés théoriques exclusivement orientés sur les secteurs d'activités, des exemples pratiques sur des cas pratiques et réponses aux questions des participants dans leurs problématiques au quotidien, des tableaux de bord de pilotage et des matrices adaptés à l'entreprise.

Salles équipées : vidéoprojecteur et paperboard. Chaque stagiaire dispose d'un support de cours papier ou électronique et de matériel de prise de notes.



Validation

Attestation de stage



Profil intervenant

Consultant expert en démarche commerciale



Suivi et Évaluation de l'action

Exercices pratiques, quizz pour valider les acquis, compte rendu de fin de formation et analyse interne
Questionnaire « évaluation de la formation » rempli par le stagiaire



Document mis à jour le 04/07/2022

PROGRAMME

Comprendre les enjeux du PAC pour la structuration de la démarche commerciale et l'atteinte des objectifs

Intégrer le PAC dans la stratégie commerciale de l'entreprise.

Impliquer les différents acteurs pour la construction et la mise en œuvre du PAC.

Modéliser sa démarche commerciale en tirant profit des expériences concrètes.

Se doter d'indicateurs pour mesurer et accroître sa performance.

Les tableaux de bord au service du PAC

Définir les indicateurs intelligents et utiles pour le PAC.

Mettre en place la TPM (Maintenance Productive Totale).

Tirer les analyses pertinentes des indicateurs.

La démarche du PAC

Etablir le diagnostic de sa zone, de sa région : offre commerciale, accessibilité du marché, état de la concurrence (SWOT).

Analyser le portefeuille des clients existants.

Décider des orientations à prendre : consolider les forces, sécuriser les menaces, transformer les faiblesses en forces.

Définir et formaliser le Plan d'Actions Commerciales

Définir les axes prioritaires pour atteindre ses objectifs.

Décliner le Plan des Actions par segments de marché et selon les typologies de clients.

Structurer les actions commerciales pour servir le résultat.

Organiser des actions spécifiques : opérations commando, salons.

Développer, par la formation, les compétences individuelles et collectives.

Recruter des profils spécifiques, pour consolider l'équipe.

Fixer des échéances et les dead lines.

Présenter et faire valider le PAC.

Suivre le Plan d'Actions

Mettre le plan sous contrôle.

Prévoir les actions correctives si besoin.

Tirer les enseignements et les conclusions de l'année N établir N + 1.

 La formation est accessible aux personnes à mobilité réduite et toute demande d'adaptation peut être étudiée en amont de la formation en fonction du besoin des personnes. Nous contacter pour plus d'informations



Lieu : Site de Metz : JCD FORMATION - 193 rue Metman - 57070 METZ - 03 87 37 97 70

Site de Pompey : KAPEDIA - 132 Rue Léonard de Vinci - 54340 POMPEY - 03 83 49 80 80