



Bâtir un plan d'actions et piloter l'activité commerciale

Du plan marketing au plan d'actions commerciales... Comment relayer efficacement la stratégie marketing sur le « terrain » ?

Cette formation permet de mettre en œuvre la politique commerciale de l'entreprise.

Pour qui ?

Cette formation s'adresse aux commerciaux, chefs de ventes...

Objectifs

- Concevoir et formaliser son Plan d'Actions Commerciales (PAC),
- Passer du plan marketing au PAC,
- Mettre en œuvre le marketing opérationnel,
- Identifier les leviers de son activité,
- Optimiser le pilotage et le suivi de son activité.

Programme

La déclinaison au local des actions du plan marketing

- La définition des objectifs commerciaux à partir des orientations marketing,
- La définition des indicateurs de résultats commerciaux.

La déclinaison des actions

- L'analyse du portefeuille clients et de la segmentation,
- La transformation des objectifs marketing en actions commerciales,
- Le diagnostic de l'équipe commerciale,
- L'élaboration du plan d'actions collectives et individuelles.

Le lancement du plan

- La mise en forme du plan,
- La planification opérationnelle et managériale,
- La présentation du PAC,
- Le lancement en équipé.

Le suivi et le pilotage du PAC

- La sélection des outils et des indicateurs,
- La mise en place du suivi régulier de l'activité,

- Le contrôle des écarts et de l'efficacité des actions,
- L'analyse des compétences commerciales,
- La mise en place des actions de progrès,
- L'anticipation de l'activité.

Les + de cette formation

- +Apports théoriques et méthodologique,
- +Echanges d'expériences,
- +Exercices pratiques,
- +Etudes de cas,
- +Un support de cours est remis à chaque stagiaire.

3 jours - 21 heures

980 € HT par participant

Nous contacter

02 53 35 51 00

info@lgpconseil.com

WWW.LGPCONSEIL.COM