

Du marketing au plan d'actions commerciales

Objectifs :

Acquérir la méthodologie et les outils pour bâtir leur plan d'actions commerciales

Programme :

Du plan marketing au plan d'actions commerciales

- ✓ Le PAC : outil de pilotage privilégié entre le marketing et la vente
- ✓ Traduire les objectifs marketing en objectifs commerciaux
- ✓ Définir les indicateurs marketing et commerciaux
- ✓ S'approprier l'architecture de la démarche et ses étapes
- ✓ Prévenir les conflits avec les autres fonctions

Le mix : un outil incontournable pour bâtir son plan d'actions commerciales

- ✓ Produit / Service : analyser ses performances, les axes d'améliorations possibles
- ✓ Prix : définir sa stratégie tarifaire, impact sur la marge de l'entreprise
- ✓ Distribution : quel est le réseau approprié ?
- ✓ Communication : choisir le support de promotion et de publicité et définir la stratégie d'animation de la force de vente

Décider des actions et bâtir son plan d'action

- ✓ Optimiser le mix de l'offre marketing par secteur
- ✓ La politique de vente : adéquation des moyens à la stratégie initiale
- ✓ Choix et équilibre des moyens
- ✓ Construction d'un Plan d'Actions internes, externes

Déployer le plan d'actions commerciales

- ✓ Formaliser le plan d'actions commerciales du territoire et le communiquer à sa force de vente
- ✓ Décliner les objectifs du territoire en objectifs individuels
- ✓ Faire décliner le plan d'actions commerciales au niveau du portefeuille de chaque vendeur
- ✓ Planifier les actions clients, de marketing opérationnel et de management
- ✓ Établir son tableau de bord, les indicateurs de pilotage et les modalités du suivi

Savoir vendre son « PAC » à sa hiérarchie et à ses collaborateurs

- ✓ Simplifier la présentation du « PAC »
- ✓ Optimiser l'information ascendante et descendante
- ✓ Obtenir l'adhésion de son encadrement

Code : A103

En présentiel :

Durée : 2 jours

Prix : 990€ HT

Lieu : Paris

Liste des dates :

17 au 18 janvier

14 au 15 mars

23 au 24 mai

05 au 06 septembre

18 au 19 novembre

En distanciel :

Durée : 3 sessions de 0,5 jour et 1 heure de coaching individuel

Prix : 810 € HT

Liste des dates :

Janvier : 03 matin, 05

matin et 08 matin

Avril : 03 matin, 05

matin et 08 matin

Août : 22 matin, 23

matin et 26 matin

Décembre : 05 matin,

06 matin et 09 matin

Public concerné :

Directeur et responsable marketing ou commerciaux, chef de vente, chef de produit, chef de marché ...

Intervenants :

Spécialiste en marketing et actions commerciales

Pré-requis :

Aucun

Techniques d'animation :

Alternance de théorie et de pratique.
Exercices individuels et collectifs.
Retour d'expériences.
Echanges.
Mises en situation.
Entraînements.
Etudes de cas.