

Mettre en oeuvre son PLAN D' ACTIONS COMMERCIALES

DURÉE : 3 jours

OBJECTIFS :

Mettre en place les méthodes, moyens et actions pour optimiser le développement de l'entreprise.
Assurer le suivi et l'analyse des actions.

PUBLIC :

Responsable commercial, chef d'entreprise, commercial et toute personne chargée du développement commercial.

PRÉ-REQUIS :

Avoir de bonnes connaissances du marché et du produit, maîtriser les techniques de commercialisation.



Lieu : Espace Emeraude
33150 CENON

COMMERCE

Diagnostic de la situation

- Positionnement sur le marché
- Méthodes de présentation des produits et services
- Analyse de la situation
- Information clients / prospects
- Forces et faiblesses de l'équipe commerciale
- Les moyens de motivation des ventes
- Notoriété de l'entreprise
- Analyse des actions passées
- Bilan des points positifs et des points à améliorer

Définir le PAC

- Définir les actions prioritaires à mettre en oeuvre
prospection, fidélisation, animation
- Recenser les acteurs et attribuer les rôles
- Travailler sur sa stratégie tarifaire
- Choisir son mode de distribution
- Mettre en place la communication
- Adapter sa politique de vente aux moyens
- Animer la force de vente
- Construire son PAC interne et externe
- Budgétiser le PAC

Plannifier

- Hiérarchiser les actions à entreprendre
- Rédiger les fiches descriptives d'actions
- Etablir les plannings d'actions : clients, marketing, management
- Réaliser les tableaux de bord de suivi

Présenter le PAC

- Simplifier sa présentation
- Trouver les bons arguments pour obtenir l'adhésion
- Faire adopter son PAC à sa direction
- Lancer l'action

Formation

