Formation Bâtir et piloter le Plan d'Actions Commerciales

N° ACTIVITÉ : 11 92 18558 92 | TÉLÉPHONE : 01 85 77 07 07 | E-MAIL : inscription@hubformation.com

Cette formation vous permettra d'acquérir les méthodes et outils pour définir votre Plan d'Actions Commerciales (PAC), d'identifier les actions de marketing opérationnel pertinentes de maîtriser les étapes de la construction du PAC et de vous entraîner à sa mise en oeuvre et aux procédures de contrôle.

Référence	PAC
Durée	3 jours (21h)
Tarif	1 990 €HT
Repas	repas inclus

Objectifs

| Analyser son portefeuille ou son marché
| Fixer ses objectifs et élaborer sa stratégie commerciale globale
| Construire son Plan d'Actions Commerciales et le décliner en actions de marketing opérationnel
| Suivre, évaluer et adapter son Plan d'Actions Commerciales
| Promouvoir son Plan d'Actions Commerciales auprès de sa direction et de ses collabora

Public

| Responsables commerciaux,
| managers commerciaux,
| chefs des ventes,
| toutes les personnes en charge du déploiement des stratégies opérationnelles et commerciales.

Prérequis

| Connaissances en marketing.

Programme de la formation

Du plan marketing au Plan d'Actions Commerciales
| Le PAC : 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.
| Exercice Définir des objectifs commerciaux.

Analyse et diagnostic
| Comprendre les faits significatifs par segment de marché et de clientèle.
| Analyse du portefeuille client. Les forces et faiblesses de l'équipe commerciale. Etudier la concurrence.
| Construire la matrice SWOT par secteur de vente.
| Exercice Réalisation d'un diagnostic (matrice de Porter, recherche des facteurs clés de succès, SWOT).

Définir sa stratégie d'objectifs
| Valider ses domaines d'activités stratégiques (DAS) : les segments stratégiques et le ciblage, les produits...
| Fixer les actions en lien avec les objectifs marketing : matrices ABC, produits/clients.
| Définir son positionnement par segment de clients.
| Exercice Construction d'un tableau de segmentation produits/clients et étude du positionnement correspondant.

SESSIONS PROGRAMMÉES

A DISTANCE (FRA)
- du 16 au 18 juillet 2025
- du 29 au 31 octobre 2025

PARIS
- du 9 au 11 juillet 2025
- du 22 au 24 octobre 2025

VOIR TOUTES LES DATES

Décider des actions et bâtir son Plan d'Actions
| Analyser les performances, les axes d'amélioration.
| Définir sa stratégie tarifaire.
| Distribution : définition de la politique tarifaire et du réseau approprié.
| Communication : promotions, publicité de consommateurs, animation de la force de vente.
| Politique de vente : adéquation des moyens à la stratégie initiale.
| Construction d'un Plan d'Actions internes, externes.
| Exercice Etude des actions prioritaires à mener (prospection, fidélisation, animation de la force de vente).

Planifier, lancer et contrôler des actions
| Etablir le compte d'exploitation prévisionnel.
| Rédaction des fiches descriptives d'actions.
| Dresser l'inventaire des moyens : choix et répartition.
| Etablir les plannings d'actions clients, de marketing opérationnel et de management.
| Les tableaux de bord de suivi.
| Etude de cas Elaboration d'un plan d'actions commerciales finalisé.

Savoir "vendre" son PAC à sa hiérarchie et à ses collaborateurs
| Simplifier la présentation du PAC.
| Trouver les bons arguments pour obtenir l'adhésion.
| Vendre son PAC à la Direction, aux vendeurs.
| Lancer l'action : la réunion marketing/ventes.
| Exercice Entraînement à la "vente" du Plan d'Actions Commerciales.

Méthode pédagogique

| Apports théoriques et exercices pratiques

Méthode d'évaluation

Tout au long de la formation, les exercices et mises en situation permettent de valider et contrôler les acquis du stagiaire. En fin de formation, le stagiaire complète un QCM d'auto-évaluation.

Suivre cette formation à distance

Voici les prérequis techniques pour pouvoir suivre le cours à distance :

| Un ordinateur avec webcam, micro, haut-parleur et un navigateur (de préférence Chrome ou Firefox). Un casque n'est pas nécessaire suivant l'environnement.
| Une connexion Internet de type ADSL ou supérieure. Attention, une connexion Internet ne permettant pas, par exemple, de recevoir la télévision par Internet, ne sera pas suffisante, cela engendrera des déconnexions intempestives du stagiaire et dérangera toute la classe.
| Privilégier une connexion filaire plutôt que le Wifi.
| Avoir accès au poste depuis lequel vous suivrez le cours à distance au moins 2 jours avant la formation pour effectuer les tests de connexion préalables.
| Votre numéro de téléphone portable (pour l'envoi du mot de passe d'accès aux supports de cours et pour une messagerie instantanée autre que celle intégrée à la classe virtuelle).
| Selon la formation, une configuration spécifique de votre machine peut être attendue, merci de nous contacter.
| Pour les formations incluant le passage d'une certification la dernière journée, un voucher vous est fourni pour passer l'examen en ligne.
| Pour les formations logiciel (Adobe, Microsoft Office...), il est nécessaire d'avoir le logiciel installé sur votre machine, nous ne fournissons pas de licence ou de version test.
| Horaires identiques au présentiel.

Accessibilité

Les sessions de formation se déroulent sur des sites différents selon les villes ou les dates, merci de nous contacter pour vérifier l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite.
Pour tout besoin spécifique (vue, audition...), veuillez nous contacter au 01 85 77 07 07.