



PROGRAMME : ELABORER VOTRE STRATEGIE ET PLAN D' ACTIONS COMMERCIALES

OBJECTIFS DE FORMATION

- Identifier votre projet de développement.
- Connaître les leviers du Mix Marketing pour en œuvre votre stratégie commerciale.
- Acquérir la méthodologie pour bâtir votre plan d'actions commerciales.
- Suivre et piloter les actions commerciales avec les outils.

PUBLICS CONCERNES

Responsables Commerciaux et Marketing, gérants.

PRE REQUIS

Aucun

DUREE : 2 jours

Formule présentielle :
2 jours soit 14 Heures + 1 heure de visioconférence à 45 jours du stage + un accès à la plateforme collaborative pendant 3 mois.

Programme détaillé :

Mener une analyse préalable aux décisions stratégiques

Dresser un bilan de la stratégie commerciale précédente.
Tirer des leçons des succès et des échecs (qualitatif).
Etudier la répartition des ventes et des marges (quantitatif).
Identifier les leviers de la performance commerciale.
Etudier son marché et son environnement.
Déterminer les principaux facteurs d'influence (PEST).
Identifier les pouvoirs et menaces pour chaque domaine d'activité.
Considérer les prédictions de croissance du marché.
Apprécier sa position concurrentielle.
Visualiser son positionnement et celui des concurrents (mapping).
Atelier : réaliser un mapping de positionnement et une analyse SWOT.

Elaborer sa stratégie

Sélectionner les objectifs, prendre en compte les priorités de l'entreprise.
Paramétrer sa veille pour saisir les opportunités.
Choisir son axe d'innovation (produit, prix, cible, etc.)
Segmenter les différentes cibles.
Identifier tous les acteurs de la demande, de l'acheteur au prescripteur.
Choisir les critères de segmentation des clients/non-clients.
Formuler les attentes et besoins des prospects (personas).
Produit/Service : analyser ses performances, les axes d'améliorations possibles.
Prix : définir sa stratégie tarifaire,
Distribution : choix du réseau le plus approprié,
Communication : définir le support de promotion et de publicité et la stratégie d'animation de la force de vente.

Savoir « vendre » le PAC à votre encadrement et à vos collaborateurs

Rédiger les fiches descriptives d'actions : le qui fait quoi et quand ?
Dresser l'inventaire des moyens.
Établir le compte d'exploitation prévisionnel de l'opération.
Les tableaux de bords de suivi : le CAP/CAR.
Optimiser l'information ascendante et descendante.
Obtenir l'adhésion de votre encadrement : trouver les slogans convaincants, apporter la preuve par 10.
Atelier : Rédaction du Plan d'Actions Commerciales

Bâtir votre plan de progression en vue du suivi post formation.



PROGRAMME : ELABORER VOTRE STRATEGIE ET PLAN D' ACTIONS COMMERCIALES

INTERVENANT

Consultant en Marketing,
15ans d'expérience,
spécialiste du
Neuromarketing.

DELAI D'ACCES

Formation Intra-entreprise :

Toutes nos formations sont réalisables à la date qui vous convient

Formation Inter-entreprise :

Consultez le calendrier joint ou connectez-vous sur notre site. www.activpartners.com

Contactez-nous au : 01 44 72 86 85

Ou par mail :

inscription@activpartners.fr

TARIF

Tarif inter-entreprise :

1140€ HT

Formation individualisée :

1350€ HT/ jour

Tarif intra-entreprise :

Devis sur mesure, nous contacter

ACCESSIBILITE

La formation est accessible aux personnes handicapées sans discrimination. Pour toute demande particulière, des aménagements peuvent être mis en place pour accueillir, dans des conditions propices à leur réussite, les personnes en situation de handicap.



Programme détaillé :

METHODES FILMS ET SUPPORTS PEDAGOGIQUES

Alternance d'apports et de mises en pratique à partir des cas stagiaires.

Elaboration du plan d'actions commerciales.

Etudes de cas.

MODALITES D'EVALUATION

Test amont.

Test final.

Remise d'une attestation de compétences en fin de formation.

ATOUT +
Matrices d'analyse.
La grille/outil/PAC.
15 fiches pratiques.