

# Maîtriser la construction d'un plan d'actions commerciales

## INFORMATIONS

### CETTE FORMATION EST DESTINÉE À :

Responsables commerciaux, responsables des ventes, chargés de développement commercial, ou toute personne impliquée dans le développement commercial.

### PRÉ REQUIS :

Connaissance de base des principes de vente et du marché.

### DURÉE DE LA FORMATION :

2 jours (14 heures)

### NOMBRE DE PARTICIPANTS/SESSION :

Minimum 4. Jusqu'à 12 participants

### FORMATRICE :

Nathalie DURAND

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

A l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Identifier les objectifs commerciaux clés
- Élaborer des stratégies de croissance adaptées
- Définir des actions commerciales concrètes
- Mettre en place un suivi précis et mesurable pour garantir l'efficacité du plan

## MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Plusieurs outils sont mis en place durant la formation selon la pédagogie de la personne formatrice.

- Cours théoriques, exercices pratiques et études de cas en lien avec la stratégie commerciale
- Utilisation d'outils bureautiques tels qu'Excel pour l'élaboration du plan d'actions et le suivi budgétaire
- Simulations de scénarios réels et analyse des résultats pour ancrer les concepts vus en formation

## CONTENU PÉDAGOGIQUE

### Comprendre l'importance du plan d'actions commerciales dans la stratégie de développement

- Comprendre le rôle stratégique du pac pour assurer la croissance commerciale
- Les différentes étapes pour structurer un pac gagnant

### Analyse de la situation commerciale (marché et performances)

- Analyse du marché étude : de la concurrence, des tendances émergentes, des opportunités commerciales
- Analyse de la performance commerciale
- Identification des forces, faiblesses, opportunités et menaces
- Etude d'un cas

### Définition des objectifs du plan d'actions commerciales

- Déterminer des objectifs commerciaux SMART alignés avec la stratégie globale de croissance
- Hiérarchisation des objectifs commerciaux en fonction de leur importance

- Alignement des objectifs sur les priorités commerciales de l'entreprise

### Construction des actions

- Savoir définir les actions à mettre en place pour atteindre les objectifs définis :
- Identification des actions commerciales spécifiques
- Outils marketing, ressources humaines, canaux de vente
- Mise en place d'un calendrier

### Élaboration du budget du plan d'actions commerciales

- Estimation des coûts
- Suivi budgétaire

### Détermination des indicateurs de suivi

- Sélection des KPI commerciaux pour mesurer l'efficacité
- Définir les fréquences de suivi et les outils de reporting pour suivre les résultats.
- Ajustement des actions en fonction des résultats mesurés

## ✓ MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Un questionnaire de positionnement sera envoyé aux participants avant le début de la formation
- Tests et évaluations continues : QCM ou un test de connaissances sera réalisé pour évaluer la compréhension des concepts vus
- À la fin de la formation, les participants devront réaliser un projet final : création d'un plan d'actions commerciales basé sur un cas réel ou simulé, avec une présentation des résultats et du suivi budgétaire
- En fin de formation, un QR Code permettra aux stagiaires de compléter le questionnaire de satisfaction à chaud
- 3 mois après la formation, un questionnaire d'évaluation à froid sera adressé aux stagiaires par mail

