

PACK FORMATION 2010

CONSTRUIRE SON PLAN D'ACTION COMMERCIALE

OBJECTIFS :

- CONCEVOIR, PLANIFIER ET ORGANISER SON ACTION COMMERCIALE

PUBLIC CONCERNE :

- CHEF D'ENTREPRISE, COMMERCIAL, RESPONSABLE COMMERCIAL ET MARKETING, ASSISTANT COMMERCIAL

METHODES PEDAGOGIQUES :

- ALTERNANCE D'APPORTS THEORIQUES ET DE CAS PRATIQUES PERMETTANT D'APPORTER A CHACUN UNE REPONSE INDIVIDUELLE
- REMISE D'UN SUPPORT DE COURS A CHAQUE PARTICIPANT

ÉVALUATION DES ACQUIS :

- ÉVALUATION EN FIN DE MODULE DE FORMATION

DURÉE : 2 JOURS

PROGRAMME

1. LES DIFFERENTS TYPES DE PLAN D'ACTION

- PLAN D'ACTION DESTINE A RESOUDRE UN PROBLEME
- PLAN D'ACTION DE RATTRAPAGE
- PLAN D'ACTION DE DEVELOPPEMENT, DE PROJET

2. PLANIFICATION DE L'ACTION COMMERCIALE

- TRADUIRE LES OBJECTIFS MARKETING EN OBJECTIFS COMMERCIAUX
- DEFINITION DES OBJECTIFS COMMERCIAUX
- METHODES DE PREVISION DES VENTES (TECHNIQUES ET OUTILS)
- VALIDATION DES MOYENS OPERATIONNELS NECESSAIRES ET ANALYSE DE L'EXISTANT
- ANALYSE ET SEGMENTATION DU PORTEFEUILLE CLIENT
- MISE EN PLACE DU PAC

3. OPTIMISER SES ACTIONS ET MESURER LEUR EFFICACITE

- SELECTIONNER LES INDICATEURS PERTINENTS
- LES TABLEAUX DE BORD
- EVALUER LA PERFORMANCE COMMERCIALE ET L'EVOLUTION DU PORTEFEUILLE CLIENTS
- DEFINIR LES MESURES CORRECTIVES ET LES PLANS D' ACTIONS
- BILAN DE L'ANNEE ECOULEE ET CONSTRUCTION DU NOUVEAU PAC

PROGRAMME COFINANCE PAR :

