

# Réaliser un plan d'action commercial

## PUBLIC



Toute personne concernée par la construction et la mise en place d'un plan marketing ou commercial. Accessible aux personnes en situation de handicap.

## PRÉREQUIS

Toute personne impliquée dans le développement commercial d'un produit, d'un service.

## OBJECTIFS



Comprendre les enjeux et les caractéristiques de la logique d'un plan commercial : le marché, le choix marketing, l'accès au marché...

## APTITUDES

Sens de la planification.

Capacité à établir les besoins organisationnels.

Capacité à définir des objectifs.

## COMPÉTENCES VISÉES

Adapter le plan commercial en fonction des ressources disponibles.

Organiser, suivre et analyser le plan d'action commercial : apport d'outils liés à l'analyse de l'efficacité.

## MÉTHODES UTILISÉES

Supports remis aux participants en séance.

Ateliers de mise en pratique. Ateliers réflexifs.

## MODALITÉS D'ÉVALUATION

Evaluation de l'acquisition des connaissances au travers des exercices pratiques. QCM d'évaluation en fin de formation.

## DURÉE



Durée : 1 jour | Délai d'accès : sur demande

## TARIF

A partir de **350** euros par personne / jour

## MODALITÉS

Présentiel/ à distance/ mixte

## PROGRAMME

### La stratégie marketing et la relation client

- Le marketing mix et le positionnement concurrentiel
- Critères de différenciation

### Connaitre le marché

- Circuit d'achat,
- Comportement d'achat
- Critères de choix des clients

### Définir les ressources et compétences nécessaires

- Volume de cible
- Répartition géographique ou par typologies de cibles, d'offres.
- Compétences clés
- Connaissances techniques

### Elaboration d'un plan marketing cohérent avec le marché et les moyens disponibles

- Définition du positionnement de l'offre
- Définition du réseau de distribution de l'offre
- Définition des moyens de communication
- Mise en place d'offres promotionnelles

### Mise en place du plan d'action commercial

- Définition des actions à mettre en place
- Affectation des ressources
- Définition des objectifs et livrables
- Définition des charges et planning

### Piloter et suivre le plan d'action commercial

- Animer des réunions
- Adapter les objectifs aux retours d'expériences perçus
- Adapter les outils