

Construire et déployer sa stratégie commerciale



CV-67 2 Jours (14 Heures)

Description

Le plan d'actions commerciales combine l'analyse amont, un positionnement commercial, la fixation des priorités d'action pour développer le chiffre d'affaires. Et il associe la force de vente jusqu'à la mise en œuvre. Cette formation à la stratégie commerciale propose aux managers commerciaux une méthode simple pour élaborer leur plan d'actions commerciales et en faire un outil de performance.

À qui s'adresse cette formation ?

Pour qui

Directeur et responsable commercial, directeur commercial régional, directeur des ventes, chef de marché, chef d'agence.

Prérequis

Aucun.

Les objectifs de la formation

- Identifier les priorités de l'action commerciale en regard de la stratégie
- Faire adhérer la force de vente au plan d'actions commerciales
- Élaborer le plan d'actions commerciales par cible

Programme de la formation

Définir les priorités de l'action commerciale en regard de la stratégie Traduire les objectifs stratégiques en objectifs commerciaux. Définir sa zone de responsabilité. Définir sa stratégie d'objectifs. Évaluer les ressources nécessaires tant humaines que

- Mise en situation Exercice : évaluer ses ressources humaines et financières.

Analyser son marché et adapter le plan d'actions commerciales

- Analyser : le portefeuille client ; le portefeuille produit ; les couples clients/ produits ; construire la matrice SWOT de son périmètre de vente.
- Mise en situation Exercice : construire le tableau de segmentation produits/clients.

Décider des actions et construire son business plan Définir ses choix en fonction de son analyse.
Traduire ses décisions en objectifs de vente : le business plan du territoire.

- Les actions pour atteindre les objectifs : distribution des produits, promotion et efficacité.
- Mise en situation Exercice : construire son business plan.

Déployer le plan d'actions commerciales Formaliser et communiquer le plan d'actions commerciales.

- Des objectifs collectifs aux objectifs et plans d'actions individuels.
- Planifier les actions : clients, marketing opérationnel, management.
- Établir son tableau de bord pour piloter et suivre les actions commerciales.
- Mise en situation Exercice : construire son tableau de bord.