

# PILOTER SON ACTIVITE COMMERCIALE

*Pour analyser son activité, concevoir et mettre en œuvre son plan d'action*



## DUREE

2 jours – 14 heures

## OBJECTIFS

- S'approprier la stratégie de son entreprise pour la piloter avec efficacité
- Définir un plan d'action cohérent et efficace et savoir le décliner en actions concrètes
- Piloter l'action des commerciaux et les mobiliser sur le plan d'action commercial (PAC)
- Suivre son plan d'action dans le temps et savoir l'ajuster

## POUR QUI

- Directeurs des ventes ou responsables opérationnels d'équipes commerciales

## PREREQUIS

- Aisance dans la communication verbale et écrite
- La connaissance de la stratégie de l'entreprise est nécessaire à la rédaction des plans d'action

## MOYENS PEDAGOGIQUES

Pédagogie active et participative.  
Alternance entre les apports théoriques et les études de cas.  
Mises en situation à partir de cas concrets vécus par les participants et des questions soulevées.

## MOYENS D'ENCADREMENT

Formation assurée par une consultante, diplômée en Formation Pour Adulte, justifiant d'une expérience professionnelle significative dans son domaine d'intervention doublée d'une solide expérience en face-à-face pédagogique

## EVALUATION

Evaluation formative : QCM, Questions/réponses.  
Feuille d'évaluation afin de mesurer la satisfaction vis-à-vis du contenu de la formation, de son déroulement, de la prestation du formateur.

## LIVRABLES

Support de cours dématérialisé.

## VALIDATION

Attestation de fin de formation.

## PROGRAMME

### I. FORMALISER LA STRATEGIE DE SON ENTREPRISE

- Segmenter son portefeuille clients
- Utiliser les outils quantitatifs et qualitatifs : la méthode A/B/C, l'analyse multicritères, analyse 360

⇒ **Atelier individuel** : formaliser la stratégie de mon entreprise  
**Outils** : grille d'analyse SWOT de mon portefeuille, analyse 360

### II. PASSER DE L'ANALYSE STRATEGIQUE AU PLAN D'ACTION COMMERCIAL

- Décliner ses objectifs
- Choisir sa stratégie
- Adapter ses investissements commerciaux
- Déterminer le suivi

⇒ **Atelier** : de la déclinaison de ses objectifs au choix de ses investissements commerciaux  
**Outil** : PACC, Plan d'Action Commercial Concret

### III. IDENTIFIER LES CRITERES ET LES INDICATEURS POUR PRIORISER SES ACTIONS AFIN DE LES METTRE EN ŒUVRE

- Choisir ses actions en fonction du ROI
- S'appuyer sur ses forces pour saisir des opportunités
- Réduire des faiblesses et contrer les menaces.

⇒ **Outil** : mon plan d'action tactique personnalisé.  
*Jeu GO-NOGO pour identifier les actions à prioriser en accord avec sa stratégie*

### IV. METTRE EN ŒUVRE SON PLAN D'ACTION, RESTER REALISTE ET L'AJUSTER DANS LE TEMPS

- Formaliser son plan de vente ou son PACC.

⇒ **Outils** : OPA, PQC pour démarrer et mettre dans l'action, la méthode PDCA.  
*Plan de match du PACC pour mobiliser ses équipes sur le plan d'action.*  
**Entraînement** : préparation de sa réunion de mobilisation : pitch d'ascenseur



Outremer Formation



0692 66 46 45



contact@outremerformation.com



outremerformation.com