

# 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

Aucun

## MOYENS PEDAGOGIQUES

Pédagogie active et participative favorisant l'apprentissage et l'implication des stagiaires.

Alternance d'apports théoriques, questions-réponses, QCM, exercices et mises en pratique.

Mises en situation à partir de cas concrets vécus par les participants et des questions soulevées.

## MOYENS D'ENCADREMENT

Formation assurée par une consultante, Formatrice Professionnelle pour Adultes, avec une double compétence en relation client et en face-à-face pédagogique.

## LIVRABLES

Support de cours dématérialisé.

## DELAIS D'ACCES

Inter : selon calendrier

Intra : en concertation avec l'entreprise

## ACCESSIBILITE

Locaux accessibles aux PMR.

Autres handicaps : nous contacter pour mise en place des moyens de compensation.

## TARIF

Nous consulter.

## 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

## EVALUATION

Questionnaire de positionnement.

Evaluation formative.

Evaluation de la satisfaction vis-à-vis du contenu de la formation, de son déroulement, de la prestation du formateur.

## VALIDATION

Attestation de fin de formation.



Outremer Formation



0692 66 46 45



contact@outremerformation.com



outremerformation.com