



Points forts : Des **fiches outil d'analyse et de pilotage des actions** à mener sont fournies par le formateur : outils opérationnels d'aide à la structuration et à la canalisation des actions, directement exploitables de retour au poste de travail.

Objectifs

- **Définir** la stratégie commerciale de l'entreprise.
- **Définir** les actions à mener pour atteindre les objectifs opérationnels de l'entreprise
- **Mettre** en place un plan d'actions commerciales.
- **Piloter** le plan d'actions et apporter les ajustements nécessaires
- **Appliquer** les outils à sa propre entreprise.

Programme

► Définir les axes stratégiques de l'entreprise et les traduire en actions commerciales

- Évaluer le marché et son environnement
- Positionner l'entreprise dans le contexte économique et dans l'environnement concurrentiel
- Définir les axes de développement de l'entreprise et les objectifs à atteindre
- Esquisser les actions commerciales à mener

► Définir les actions commerciales à mener

- Réaliser un diagnostic de son organisation commerciale
- Évaluer les ressources économiques, matérielles, et humaines
- Identifier les facteurs clés de succès
- Traduire les axes de développement en actions commerciales concrètes

► Mettre en place le plan d'actions commerciales

- Ordonner les actions commerciales à mener
- Identifier les outils nécessaires au pilotage du plan d'actions commerciales

- Mettre en place un système de mesure du déroulement des actions et d'atteinte des objectifs
- Piloter efficacement les actions de façon concrète

► Développer une politique commerciale basée sur les actions

- Impliquer son équipe commerciale dans la mise en place et la conduite des actions à mener
- Motiver son équipe commerciale
- Impliquer et motiver son réseau de distribution.

En option (1 jour supplémentaire) :

Décliner le plan d'actions en plan individualisé par commercial

Démarche pédagogique

La méthodologie mise en œuvre est centrée sur **les applications pratiques et l'entraînement** : exercices créatifs, trainings à partir des situations réelles des participants.

Le programme intègre 30% d'apports théoriques (techniques et outils pédagogiques d'animation) et 70% d'entraînements pratiques.

La démarche pédagogique prend appui sur **des méthodes participatives** et une **dynamique de groupe positive** : échanges d'expériences autour de cas concrets vécus par les stagiaires.

Formateur :

Intervenant sénior en développement, management et organisation commerciale. Spécialisé dans le conseil commercial et l'accompagnement individuel des commerciaux.

Formateur expérimenté, sélectionné par le CEPPIC pour ses compétences techniques et son expérience significative, tant sur le sujet traité qu'en matière de pédagogie.

Contact et Inscription

Isabelle PROTAIS 02.35.59.44.17 - isabelle.protais@ceppic.fr



Décliner ses objectifs en Plan d'actions Commerciales (P.A.C)

Durée : 2 jours, 14h **Tarif** : 980€ HT pour 2 jours - 1200€ HT pour 3 jours

Réf : C0521 – v09/25

Public

Responsable d'entreprise, directeur, responsable commercial ou chef des ventes.

Prérequis

Maîtrise des fondamentaux de la vente, expérience commerciale, expérience de la relation client.

Modalités d'évaluation

Evaluation des acquis tout au long de la formation avec des exercices pratiques et des quizz.

Chaque participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

145 personnes formées en Commerce, Relations clients en 2024

89% Taux de satisfaction à chaud 2024

Dates de session

Mises à jour le 19/08/2025

Nous consulter



Contact et Inscription

Isabelle PROTAIS 02.35.59.44.17 - isabelle.protais@ceppic.fr

Toutes nos formations sont réalisables sur mesure en intra-entreprise

CEPPIC 194, rue de la Ronce 76230 ISNEAUVILLE - www.ceppic.fr