Marketing | Relation Client | Négociation | Vente

STRATEGIE ET PLAN D'ACTIONS MARKETING ET COMMERCIALES (PAC)

En résumé

La recherche de nouveaux clients relève d'une démarche structurée dont le plan d'actions commerciales et le plan marketing sont des piliers. Bien construit, le PAC s'avère extrêmement efficace.
Cette formation appartient au cycle « Piloter son activité commerciale » qui peut conduire à l'obtention d'une validation partielle de titre de niveau III « Attaché commercial » sous réserve de valider l'épreuve finale. Elle correspond au module « Préparer et mettre en oeuvre un plan d'actions commerciales (PAC) » du bloc A « Organiser son activité commerciale » de ce titre RNCP . Elle est éligible au CPF, sous réserve de la réalisation complète dudit cycle.

Durée
3 jour(s) / 21 heure(s)

Effectif
De 2 à 8 stagiaires

Tarif
1375 € NET

Code RNCP / RS
NA

Référence
NA

Cette formation plan d'action commercial donne les clés pour structurer efficacement votre stratégie marketing. Vous y apprendrez à construire un PAC performant, en intégrant plan marketing, objectifs commerciaux et supports de communication. L'analyse portefeuille clients et des outils comme la matrice BCG vous permettront d'identifier les meilleures cibles clients. A l'issue de cette formation plan marketing, vous saurez bâtir un plan d'actions commerciales opérationnel avec des indicateurs de performance et un reporting précis. Ce cursus pac combine théorie, cas pratiques et accompagnement personnalisé.

Ces formations pourraient également vous intéresser :

- Formation devenir spécialiste Marketing d'Influence : maîtriser les outils d'identification des influenceurs et élaborer une stratégie d'influence efficace.
- Formation prospecter et gagner de nouveaux clients.
- Formation Décliner sa Stratégie par un Plan d'Actions Commerciales : anticiper, planifier et réussir sa stratégie commerciale en maîtrisant les techniques de vente et de négociation.
- Formation Business Plan Marseille.
- Formation Déployer une communication numérique en entreprise vous permettant de valider un **Certificat de Compétence en Entreprise éligible au financement CPF,** Vous pouvez vous inscrire ICI.
-

À qui s'adresse la formation ?

Public

Responsables, commerciaux, ingénieurs d'affaires, KAM Dirigeants d'entreprise et créateurs d'entreprise

Prérequis

Il est recommandé de maîtriser les fondamentaux du marketing et de l'analyse de marché

– Fixer les objectifs et mettre en œuvre le plan d'actions commerciales

Programme

Analyse des pratiques en place dans l'entreprise
S'approprier les bases du marketing
– Mix marketing: explorer les 4 P
– Analyse des activités ou gamme de produits: matrice BCG
Distinguer les cibles clients et l'analyse du portefeuille de clients
– Définition des cibles à atteindre
– Outils d'analyse du portefeuille
Proposer un plan d'actions commerciales
– Définition des étapes de travail du plan d'actions commerciales et son périmètre
– Choix des actions de promotion et de vente
– Choix des supports de communication: les différentes actions marketing et vente
– Définition des étapes et identification des acteurs du plan d'actions commerciales
– Identification des indicateurs de performance du plan d'actions commerciales et du reporting associé

Méthodes pédagogiques

Nombreux exercices pratiques et cas de synthèse pour acquérir les bons réflexes.
– Alternance d'apports théoriques et d'applications pratiques.
– Pédagogie active : échanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises
– Support de formation remis aux participants.

Suivi d'action

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mises en pratiques, présentations … qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.
Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Intervenants

Cette formation est animée par un consultant professionnel formateur spécialisé dans les domaines de formation.
Tous nos formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

Évaluation

Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur.
Elle permettra d'attester de l'acquisition des connaissances et développement des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.