

La construction du plan d'actions commerciales

Public concerné

- Cadres dirigeants en charge du développement commercial d'une unité opérationnelle.
- Cadres fonctionnels des directions de planification, de stratégie, d'études économiques, de marketing, etc.
- Dirigeants de PME-PMI..

Objectifs pédagogiques

- Maîtriser les enjeux du plan d'actions commerciales: diagnostic interne et externe, choix tactiques, déploiement.
- Analyser la dynamique de l'environnement concurrentiel
- Identifier les ressources et compétences d'une entreprise
- Réaliser un diagnostic stratégique fondé
- Formuler des recommandations destinées à une direction générale

Programme : MODULE 1

- Positionner l'entreprise et le contenu du plan marketing
- Analyser à partir du modèle SWOT
- Réfléchir sur les enjeux commerciaux du marché

MODULE 2

- Les clients existants, bon positionnement ?
- Analyser la situation actuelle : identification des clients cibles, validation du découpage commercial

MODULE 3

- Définir le plan de développement
- Mettre en place la reconquête clients
- Planifier les actions de fidélisation client
- Rédiger le plan d'actions commerciales et plan de communication
- Pilotage de la performance: tableaux de bord, matrice du changement, etc.

Les + CHASTEL

- + Des plans d'action personnalisés
- + Un véritable coaching individuel
- + Formation : 80% d'action, 20 % de théorie
- + Pédagogie interactive Formateur expert en management
- + Travail personnel actif et concret entre les journées
- + La naissance d'un langage commun compris de tous

Les conditions d'organisation

- Effectif optimal entre 6 et 8 personnes
- Nous consulter pour les tarifs