

REPONDRE AUX ENJEUX STRATEGIE ET INNOVATION

DE LA STRATEGIE AU PLAN D' ACTIONS COMMERCIAL

Réf. Action : Formation standard 01 / 03

Pré-requis : Entre 4 et 6 participants

- Être en responsabilité commerciale et/ou marketing (produit)
- Niveau de formation initiale (marketing/vente) licence 3 ou avoir une expérience opérationnelle commerciale et /ou marketing de 5 ans

Durée : 5 jours (35h)

3 jours collectifs + 2 jours d'accompagnement

Public : Dirigeants Managers Marketing et Commerciaux, responsables de marchés, responsables de secteurs

Lieu de formation : GRADIAN et l'entreprise des stagiaires (pour accompagnement)

Coût de la formation : 920 € HT par jour et par stagiaire, plus frais de déplacements de l'intervenant lors des sessions d'accompagnement individuel

Objectifs pédagogiques :

- Comprendre la démarche stratégique et ses enjeux dans l'entreprise
- Mesurer son impact sur l'organisation et l'action commerciale
- Réfléchir à la segmentation du portefeuille des clients et à la mise en œuvre d'une gestion de la relation client (GRC ou CRM)
- Poser les bases du management de la force de vente
- Établir le plan d'Action Commercial
- Organiser et animer les réunions commerciales

Programme :

1^{ère} journée

- Rappel des fondamentaux de la Stratégie
- La segmentation des clients dans les DAS
- La segmentation commerciale des clients
- Les stratégies commerciales associées

2^{ème} journée

- Rappel des fondamentaux du processus de vente
- L'établissement des objectifs secteur par secteur
- Le processus d'établissement des PAC sectoriels
- Le plan d'action commercial
- L'organisation du pilotage