

CPAC – Concevoir un plan d'action commercial

Code produit : CPAC

Niveau : Perfectionnement

Modalité : Présentiel

Durée (en heure) : 14.0

Tarif : 0

Eligible DDA : oui

Public : commerciaux et cadres commerciaux

Prérequis :

aucun

Objectif

- diagnostiquer son portefeuille clients et déterminer les opportunités de croissance
- distinguer les actions à mettre en place selon les objectifs et les cibles à atteindre
- mettre en place un suivi efficace

Programme de la formation

1-Elaborer le diagnostic des opportunités de marché à saisir

- Identifier ses sources d'informations
- Définir les informations utiles
- Faire émerger les opportunités et les menaces
- Déterminer les forces et les faiblesses
- Arrêter ses domaines d'activités stratégiques et son ciblage

2-Evaluer les potentialités du portefeuille clients

- Clients évoluant dans des domaines d'activité à potentiel
- Clients mono-contrat
- Clients soumis à des risques spécifiques...

3-Se fixer des objectifs commerciaux

- Défensifs
- Offensifs

4-Identifier les différentes cibles

- Clients en portefeuille
- Prescripteurs
- Prospects à conquérir

5-Arrêter les actions à mener pour chaque cible

- Actions de consolidation et de valorisation du portefeuille
- Actions de communication et de réseautage
- Actions de conquête ou de reconquête

6-Mettre en place et suivre son tableau de pilotage

- Prévoir les actions à mener
- Suivre et analyser les résultats
- Décider et mettre en œuvre les actions correctrices

Moyens d'évaluation

- Evaluation des acquis de la formation par le biais de QCM et/ou d'exercices pratiques
- Questionnaire de satisfaction à chaud complété par chacun à l'issue du stage
- Questionnaire d'évaluation à froid complété par chacun entre 2 et 3 mois après le stage

Méthodes pédagogiques

- Exposés à partir d'un diaporama
- Jeux de rôles
- Échanges d'expériences



AF2A - 64 Rue de Miromesnil, 75008 Paris

Copyright 2022 AF2A. Tous droits réservés.