



## DEFINIR SES PLANS D' ACTIONS ET COMMERCIALISER

### DUREE

2 jours

### DATES

12, 13 septembre 2016

*Cette formation permet de décliner les objectifs généraux de l'entreprise en objectifs commerciaux..*

### OBJECTIFS

- Evaluer les possibilités d'actions et arbitrer en fonction des moyens, des hommes et de l'environnement
- Définir un calendrier d'actions et rédiger un plan d'actions commerciales global
- Etablir les prévisions des ventes et fixer les objectifs quantitatifs et qualitatifs
- Mettre en place les outils du contrôle et pilotage des actions

### PUBLIC

Managers, directeurs commerciaux, chefs d'entreprise

### PRE-REQUIS

Avoir défini la stratégie de l'entreprise, voir stage « Analyser & Définir son positionnement stratégique »

### PROGRAMME

1. **Elaborer le plan d'actions**
  - La stratégie
  - La tactique
2. **Valider les objectifs**
  - Les objectifs commerciaux : CA, volumes, marge
  - Les objectifs globaux et spécifiques
3. **Définir les moyens à mettre en œuvre**
  - Le calendrier des actions commerciales
  - Le budget
4. **Manager le plan d'actions commerciales**
  - Les indicateurs de pilotage
  - L'accompagnement de l'équipe commerciale
  - Les actions de réajustement

### LES POINTS FORTS

L'intervenant proposera aux participants une boîte à outils pour formuler un plan d'actions commerciales cohérent au regard des choix stratégiques de l'entreprise.