Bâtir et piloter le Plan d'Action Commerciales

INFORMATIONS GÉNÉRALES

Type de formation : Formation continue

Domaine : Management du SI

Filière : Relations humaines

Rubrique : Communication

Éligible au CPF : Non

Action collective : Non

PRÉSENTATION

Objectifs & compétences

- Analyser son portefeuille ou son marché
- Fixer ses objectifs et élaborer sa stratégie commerciale globale
- Construire son Plan d'Action Commercial et le décliner en actions de marketing opérationnel
- Suivre, évaluer et adapter son Plan d'Action Commercial
- Promouvoir son Plan d'Action Commercial auprès de sa direction et de ses collaborateurs

Public visé

- Responsables commerciaux
- Managers commerciaux
- Chefs des ventes
- Toutes les personnes en charge du déploiement des stratégies opérationnelles et commerciales.

Pré-requis

Connaissances en marketing.

PROGRAMME

Du plan marketing au Plan d'Action Commercial
Le PAC : traduire les objectifs marketing en objectifs commerciaux.

- Définir les indicateurs marketing et commerciaux.

- S'approprier l'architecture de la démarche et ses étapes. Prévenir les conflits avec les autres fonctions.

Exercice
Définir des objectifs commerciaux.

Analyse et diagnostic

- Comprendre les faits significatifs par segment de marché et de clientèle.

- Analyse du portefeuille client. Les forces et faiblesses de l'équipe commerciale.

Code de formation : CO-PAC

€ Tarifs

Prix public : 1950 €

Tarif & financement :
Nous vous accompagnons pour trouver la meilleure solution de financement parmi les suivantes :
Le plan de développement des compétences de votre entreprise : rapprochez-vous de votre service RH.
Le dispositif FNE-Formation.
L'OPCO (opérateurs de compétences) de votre entreprise.
France Travail: sous réserve de l'acceptation de votre dossier par votre conseiller Pôle Emploi.
CPF -MonCompteFormation
Contactez nous pour plus d'information : contact@aston-institut.com

Lieux & Horaires

Durée : 21 heures

Délai d'accès : Jusqu'a 8 jours avant le début de la formation, sous condition d'un dossier d'insciption complet

Prochaines sessions

Consultez-nous pour les prochaines sessions.

Informations non contractuelles - PDF généré le 3/11/2026

- Etudier la concurrence.
- Construire la matrice SWOT par secteur de vente.

Exercice
Réalisation d'un diagnostic (matrice de Porter, recherche des facteurs clés de succès, SWOT).

Définir sa stratégie d'objectifs

- Valider ses domaines d'activités stratégiques (DAS) : les segments stratégiques et le ciblage, les produits...
- Fixer les actions en lien avec les objectifs marketing : matrices ABC, produits/clients.
- Définir son positionnement par segment de clients.

Exercice
Construction d'un tableau de segmentation produits/clients et étude du positionnement correspondant.

Décider des actions et bâtir son Plan d'Action Commercial

- Analyser les performances, les axes d'amélioration.
- Définir sa stratégie tarifaire.
- Distribution : définition de la politique tarifaire et du réseau approprié.
- Communication : promotions, publicité de consommateurs, animation de la force de vente.
- Politique de vente : adéquation des moyens à la stratégie initiale.
- Construction d'un Plan d'Actions internes, externes.

Exercice
Etude des actions prioritaires à mener (prospection, fidélisation, animation de la force de vente).

Planifier, lancer et contrôler des actions

- Etablir le compte d'exploitation prévisionnel.
- Rédaction des fiches descriptives d'actions.
- Dresser l'inventaire des moyens : choix et répartition.
- Etablir les plannings d'actions clients, de marketing opérationnel et de management.
- Les tableaux de bord de suivi.

Etude de cas
Elaboration d'un plan d'action commercial finalisé.

Informations non contractuelles - PDF généré le 3/11/2026

Savoir "vendre" son PAC à sa hiérarchie et à ses collaborateurs

- Simplifier la présentation du PAC.
- Trouver les bons arguments pour obtenir l'adhésion.
- Vendre son PAC à la Direction, aux vendeurs.
- Lancer l'action : la réunion marketing/ventes.

Exercice
Entraînement à la "vente" du Plan d'Action Commercial.

MODALITÉS

Modalités

Modalités : en présentiel, distanciel ou mixte . Toutes les formations sont en présentiel par défaut mais les salles sont équipées pour faire de l'hybride. – Horaires de 9H à 12H30 et de 14H à 17H30 soit 7H – Intra et Inter entreprise.
Pédagogie : essentiellement participative et ludique, centrée sur l'expérience, l'immersion et la mise en pratique. Alternance d'apports théoriques et d'outils pratiques.
Ressources techniques et pédagogiques : Support de formation au format PDF ou PPT Ordinateur, vidéoprojecteur, Tableau blanc, Visioconférence : Cisco Webex / Teams / Zoom.
Pendant la formation : mises en situation, autodiagnostics, travail individuel ou en sous-groupe sur des cas réels.

Méthode

Fin de formation : entretien individuel.
Satisfaction des participants : questionnaire de satisfaction réalisé en fin de formation.
Assiduité : certificat de réalisation.
Validations des acquis : grille d'evalution des acquis établie par le formateur en fin de formation.

Informations non contractuelles - PDF généré le 3/11/2026