



1MK02

4h30 dont 2h de coaching 990,00 €<sup>HT</sup>

## Objectifs

Acquérir une méthodologie d'analyse du marché, des clients et de l'offre existante • Comprendre la stratégie marketing afin de la décliner en stratégie commerciale • Définir votre propre Plan d'Actions Commerciales (PAC)

### Profil Stagiaire(s)

responsables marketing, responsables commerciaux, chefs de produits, chefs de marques, chefs de marchés

### Profil animateur(s)

cette formation Marketing est assurée par un spécialiste de la relation Marketing-Vente, expert en stratégie marketing et commerciale, expérimenté dans la formalisation de plan d'actions

## Contactez-nous

Conseiller formation  
09 88 66 10 00  
inscriptions@demoss.fr



## Résumé

Cette formation aborde les thématiques suivantes : enjeux de la mise en place du PAC (plan d'actions commerciales) ; l'analyse de l'existant, point de départ du PAC ; définition d'une stratégie commerciale ; formalisation du PAC

Ce parcours multimodal, 100% à distance, est composé de ressources digitales en ligne sous la forme d'un cursus de vidéos et de quiz (de positionnement et de validation), complétées par des séances de coaching téléphoniques individuelles adaptées aux besoins de l'apprenant

## MODULES

### Test Amont

Ce parcours débute par un test de connaissances composé d'une série de 20 questions qui permettent de positionner et anticiper les besoins d'accompagnement de l'apprenant

### Coaching Préparatoire

Un coaching personnalisé de 30 min par téléphone ou visioconférence est organisé avec un coach expert en début de formation pour échanger avec l'apprenant sur ses attentes, orienter son apprentissage en fonction de ses besoins et de ses résultats au test, et définir ses propres objectifs personnels

### Vidéo : Harmoniser le Plan Marketing et le Plan d'Actions Commerciales (PAC)

90 min de formation digitale en séquences de 5min pour comprendre, acquérir et approfondir ses connaissances sur la thématique

- **Enjeux et fondements de la mise en place des PAC**

Visualiser les 3 conditions du succès S'approprier la démarche marketing et ses étapes Prévenir et gérer les conflits éventuels avec les autres fonctions

- **Analyser l'existant, le point de départ du PAC**

Enrichir et exploiter son Système d'Information Marketing (SIM) : . identifier et solliciter le Groupe d'Influence de la Décision (GID) Elaborer son diagnostic : . cerner les différents environnements à analyser : PORTER, PESTEL . produire son diagnostic externe . arrêter son diagnostic interne : Formaliser un SWOT Définir les priorités stratégiques : . les segments stratégiques et le ciblage . les produits et services phares . les principaux atouts concurrentiels



1MK02

4h30 dont 2h de coaching 990,00 €<sup>HT</sup>

- **Définir sa stratégie commerciale**

Les différentes stratégies commerciales Définir l'orientation de ses objectifs : . Choisir ses objectifs de développement et de conquête . consolider sa fidélisation clients . objectifs défensifs : consolidation du CA, limiter l'érosion budgétaire... . objectifs offensifs : abonder le CA, diversification, progression des marges... . objectifs réseaux : essaimage interne, client ambassadeur, recommandation dynamique... . objectifs de conquête : élargir son implantation, s'implanter sur une "terre vierge", fragiliser la "place forte" d'un concurrent... Les différentes matrices de décision : ANSOFF, BCG, McKinsey Concevoir sa matrice : . Définir ses scénarii d'objectifs : plan A et plan B (de repli)

- **Formaliser le PAC**

Structure du PAC Les actions commerciales Tableau de synthèse et de suivi : . descriptif et les objectifs par action, calendrier, moyens, . reporting des résultats, observations, analyses et réajustement à opérer

## Coaching Intermédiaire

Un coaching téléphonique ou par visioconférence, personnalisé de 30 min environ est organisé avec le coach expert pendant le cursus vidéo. Ce coaching permet de faire le point sur les apprentissages en relation avec les objectifs définis lors du 1er coaching. C'est également l'occasion de préciser les terrains d'application des éléments travaillés, de définir les mises en application, en préparation du coaching de bilan.

## Test Aval

Le test aval, composé également de 20 questions, est l'occasion d'évaluer sa progression au terme des différentes étapes du parcours. Il permet d'évaluer ses points de progrès et d'avoir une vision claire des compétences acquises et des axes d'amélioration à travailler

## Coaching de Bilan

En fin de parcours, une nouvelle séance de coaching par téléphone ou visioconférence d'une heure a lieu pour faire un bilan personnalisé, analyser les résultats des tests, identifier les axes de progrès et se fixer des objectifs pour l'avenir.

## Méthode pédagogique

Un coaching personnalisé indispensable pour adapter la formation à son propre besoin.