

100%

FORMATION

Découvrez les nouveautés
du dispositif 2018 - 2019

100 %

FORMATIONS

- ♦ PRÉSENTIELLES
- ♦ DIGITALES TUTORÉES
- ♦ CLASSES VIRTUELLES
- ♦ BLENDED LEARNING

FORMATS VARIÉS

- ♦ CONTINUS
DISCONTINUS
- ♦ EN CENTRE
DE FORMATION
- ♦ EN ENTREPRISE

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

PROGRAMME : « **Bâtir et piloter le plan d'actions commerciales** »

- Savoir mener un diagnostic de son entreprise sur le marché (SWOT analysis)
- Être en capacité d'élaborer son plan d'actions
 - ✓ Les outils pour construire un plan d'action ;
 - ✓ Savoir définir des objectifs de développement et de fidélisation et planifier les actions correspondantes.
- Conduire le plan d'actions

PRÉ REQUIS

- Aucun pré requis
- Cette formation est destinée aux Commerciaux de tous niveaux, Managers et Directeur commerciaux

DURÉE

- **2 Jours soit 14 heures**
- **Format : En présentiel**

- **INTER et INTRA**

Les modalités pédagogiques :

Elles sont essentiellement actives privilégiant la dynamique de groupe :

- Présentation d'outils et techniques applicables simplement par les participants,
- Ateliers en sous-groupes sur les thèmes donnés et restitution en groupe complet,
- Exercices basés sur l'expérience et le vécu,
- Exposés, discussions et apports théoriques,
- Jeu de rôle pour travailler les compétences transverses

Tout au long de la formation, l'accent sera mis sur la recherche de réponses pragmatiques aux situations exposés par les participants.

Descriptif des outils pédagogiques :

- Mind-Mapping (Mémaplan)
- Méthodologie commentée d'outils d'analyse
- Etude de cas sur des situations des clients
- Plan de progrès individuels

PROGRAMME DÉTAILLÉ

1ère demi-journée :

Atelier d'introduction : Quels sont les éléments constitutifs d'un plan d'action commercial efficace et pertinent ?

Comprendre et maîtriser le principe d'une analyse stratégique de type SWOT

- Forces, Faiblesses, Opportunités, Risques,
- Savoir identifier les conséquences de l'inaction
- Remise d'un format simple
- Mise en situation, en mode collectif, sur un sujet simple piloté par le consultant

Cerner l'impact des composantes et des acteurs internes et externes d'une analyse stratégique

- Marché et clients par segments
- Clients internes et externes
- Concurrence
- Équipe de production
- Processus et savoir-faire
- Reporting
- Équipes de soutien
- Ressources externes (sous-traitants...)
- Composantes externes : régulations, concurrence...

2ème demi-journée :

Revue commentée et définition de chaque composante :

- Comprendre les différents types d'objectifs associés à un fil conducteur basé sur le cycle des ventes
- Comprendre une approche basée sur la segmentation du marché visé par une offre de produits/services donnée (identification des différents produits/gamme/offres par une décomposition du marché) et incluant : enjeux, concurrence, références possibles, facteurs différenciateurs, arguments types lors de prospection, Top 10 des clients à cibler...
- Outillage : les objectifs, si l'approche retenue est basée sur une approche cycle des ventes (ciblage à closing)
- Outillage si l'approche retenue est basée sur une matrice Offre/Typologie de client (suspect/prospect/client)
- Formats remis par le consultant

3ème demi-journée :

Mise en situation de chaque approche sur des situations actuelles des participants :

- Analyse
- Restitution
- Enrichissement par le collectif et le consultant
- Utilisation du format remis par le consultant

Garantir la progression stratégique chez des clients ciblés (ou des Grands Comptes)

- Principe du KOL et de la progression stratégique
- Outillage : Le plan de compte simplifié
- Dissocier et maîtriser la notion de développement et de fidélisation
- Maîtriser la stratégie d'Up-selling
- Maîtriser la stratégie de Cross-selling

4ème demi-journée :

Mise en situation individuelle chez un Grand Compte choisi par le participant

- Analyse
- Restitution
- Enrichissement par le collectif et le consultant
- Utilisation du format remis par le consultant

Évaluation à chaud

LIEU

- **INTER**
43 Quai de Grenelle 75015 PARIS
- **INTRA** sur toutes les régions possibles

ÉVALUATION

Les modalités d'évaluation sont effectuées :

En amont : Il est important de veiller à avoir un niveau de groupe homogène quel que soit le module de formation. A chaque démarrage, l'intervenant s'assure systématiquement via un QCM ou autre, du niveau de maîtrise des participants. De la même manière, nous évaluons et intégrons l'environnement des adhérents et les contraintes particulières qu'ils peuvent rencontrer sur une thématique bien précise.

Pendant : Ces évaluations se feront en continu tout au long de la formation, grâce à des tests, jeux de rôles, mises en situation, études de cas, QCM, qui valideront l'intégration des connaissances par la montée en compétences du participant. Elles permettront au formateur de réguler et d'ajuster la progression pédagogique et ainsi de maximiser l'atteinte des objectifs de formation.

A la fin de la formation : Un tour de table sera effectué pour faire l'évaluation à chaud. L'évaluation de la satisfaction client est réalisée par questionnaire auprès des participants dans la foulée. Cette analyse des acquis et de la satisfaction client, contribue à identifier les besoins complémentaires de montée en compétences de chaque participant, à alimenter l'activité de veille pédagogique pour l'évolution des programmes et constitue une évaluation de la qualité de l'animation pédagogique qui sera restituée au formateur.

Ces évaluations sont systématiques et sont également faites pour vérifier que les indicateurs de réussite de l'action ont été atteints et prévoir une action corrective si cela est nécessaire.

CONTACTS

Corinne VILLEPREUX, Responsable Partenariats

corinne.villepreux@groupe-ifg.fr

Votre interlocutrice privilégiée qui assure la **relation avec les clients**, la coordination pédagogique (programmes et intervenants), l'évaluation de la qualité des formations.

Catherine COURMONT, Chargée de clientèle

catherine.courmont@groupe-ifg.fr

Votre interlocutrice pour la partie gestion administrative : l'organisation, les inscriptions, les convocations, les attestations de formation...