NOUVEAUTÉ PRÉSENTIEL

Commercial | relation client

Réf : 303AC16

Stratégie commerciale | Construire et mettre en œuvre un plan d'action commerciale

2 jours (14 heures)
Ajouté le 17/10/2025 – Modifié le 24/03/2026

880€ Net de taxe

Transformez vos ambitions en résultats concrets : apprenez à bâtir un plan de développement commercial pertinent pour booster votre activité !

Objectifs

- Construire, structurer et mettre en œuvre un Plan d'Action Commercial (PAC) adapté et pertinent au regard de l'analyse du marché et de la stratégie d'entreprise.
- Analyser la performance commerciale : mise en place d'indicateurs de suivi et de mesure des résultats

Compétences visées

- Comprendre les enjeux et les éléments clés d'un plan d'action commercial.
- Analyser l'environnement commercial interne et externe
- Fixer des objectifs commerciaux pertinents et mesurables
- Définir les actions et les stratégies commerciales adaptées à ses objectifs.
- Organiser, planifier et suivre la mise en œuvre du PAC.
- Mettre en place des KPI adaptés pour mesurer l'impact et ajuster le plan si nécessaire

Public

Chef d'entreprise souhaitant développer son activité, responsable de développement commercial, responsable de service commercial, Directeur commercial, chef de marché, chef de vente, responsable grands comptes, chargé d'affaires en charge du développement d'un portefeuille etc...

Prérequis : Prérequis : Aucun
Accessibilité: Formation ouverte aux personnes en situation de handicap : un référent handicap étudiera les adaptations pouvant être mises en place pour vous permettre de suivre la formation. Pour plus d'information : rendez-vous sur les pages de présentation de nos Centres de formation.
Délais d'accès : L'accès à la formation est soumis au délai d'acceptation des financeurs et du temps de traitement de la demande : de 7 jours à 2 mois selon le mode financement.

NOUVEAUTÉ PRÉSENTIEL

Commercial | relation client

Réf : 303AC16

Stratégie commerciale | Construire et mettre en œuvre un plan d'action commerciale

Programme

Les Fondamentaux du Plan d'Action Commercial (PAC)

- Définition du PAC et rappel de son rôle stratégique.
- Mise en lien avec la stratégie d'entreprise et la politique commerciale.
- Les éléments clés d'un Plan d'action commercial réussi

Analyse de l'Environnement Commercial (externe, interne, positionnement)

- Méthodologie de l'analyse SWOT : forces, faiblesses, opportunités, menaces.
- Méthodologie PESTEL : facteurs politiques, économiques, socioculturels, technologiques, environnementaux et légaux.
- Lecture des tendances du marché et compréhension des nouveaux besoins clients.
- Analyse du positionnement sur son marché par rapport à la concurrence.

Fixation des Objectifs

- Définition des objectifs commerciaux selon la méthode SMART(E).
- Traduction d'objectifs généraux en objectifs opérationnels et individualisés.

Définition des actions commerciales et des stratégies de vente

- Les grands leviers d'action : prospection, fidélisation, relance, vente croisée, montée en gamme...
- Choix des stratégies de vente adaptées aux objectifs.
- Outils et canaux commerciaux à mobiliser : CRM, téléphone, réseaux sociaux, e-mailing, etc.

Planification et Organisation des Actions

- Établissement d'un calendrier.
- Définition des responsabilités et des ressources.
- Mise en place d'un système de suivi.

Création du Plan d'Action Commercial

- Elaboration par chaque participant d'un plan d'action commercial en s'appuyant sur les connaissances acquises.

Stratégie commerciale | Construire et mettre en œuvre un plan d'action commerciale

- Présentation et Feedback : présentation par chaque participant de son plan d'action. Feedback constructif du formateur et du groupe au service d'ajustements éventuels.

Suivi et Évaluation du Plan d'Action

- Définition des indicateurs clés de performance (KPI).
- Mise en place d'un processus de suivi.
- Analyse des résultats et ajustement du plan.

Optionnel : ½ journée d'accompagnement individuel en visio-conférence post formation - coût supplémentaire de 525€

Dates & lieux

18 et 19 mai 2026
Nantes / St-Herblain
880.00

29 et 30 juin 2026
Angers
880.00

09 et 23 juin 2026
Le Mans
880.00

30 octobre et 16 novembre 2026
Nantes / St-Herblain
880.00

Les points forts

Une offre riche et diversifiée de plus de 300 formations sur des thématiques très ciblées. Une équipe à votre écoute pour vous accompagner dans la réalisation de vos projets formation !

Retrouvez tous nos indicateurs de satisfaction et de performance sur nos pages centres de formation.

NOUVEAUTÉ PRÉSENTIEL

Commercial | relation client

Réf : 303AC16

Stratégie commerciale | Construire et mettre en œuvre un plan d'action commerciale

Modalités pédagogiques

Le formateur apporte non seulement des notions théoriques mais également un accompagnement des stagiaires vers l'acquisition des compétences et leur validation par la pratique.

De ce fait, le déroulement des formations inclut : des travaux en sous-groupe, des exercices pratiques (réalisation d'un SWOT, PESTEL etc...) des partages de pratiques et des ateliers de travail.
Lors de la deuxième journée de formation : construction d'un plan de développement commercial personnalisé

Équipe pédagogique : Les formateurs CCI FORMATION sont sélectionnés en cohérence avec les méthodes pédagogiques que nous encourageons. Ils sont référencés sur la base de leur expertise dans leur domaine d'intervention et leur capacité à partager leur expérience au travers de solutions concrètes et opérationnelles.
Méthodes : Les CCI des Pays de la Loire vous accueillent en proximité dans leurs établissements de formation. Nos équipements, conçus pour répondre à l'ensemble des thématiques de formation proposées, offrent un cadre d'apprentissage agréable, performant et stimulant.Découvrez sur nos pages Centres de formation la présentation détaillée de nos infrastructures et équipements.Les CCI Pays de la Loire sont équipées de la plateforme m@formation, dont l'objectif est d'améliorer l'expérience apprenante de nos stagiaires et d'enrichir nos formations en présentiel.Un accès personnalisé aux documents administratifs et pédagogiquesUne ergonomie simple et adaptéeDes parcours conçus avec des modalités synchrones et asynchrones

Validation/Certification

Un positionnement est réalisé en début de formation.A l'issue de la formation, les acquis de connaissances du participant seront évalués au regard des objectifs de la formation (QCM – quizz – mise en situation ...).Une attestation de fin de formation pourra être remise au stagiaire à l'issue de la formation.