

Elaborer la politique commerciale de son entreprise



Participants

Direction générale,
Directeurs commerciaux,
Directeurs des ventes.

Durée : 2 jours

Prix : 900 €HT/ personne
(hors frais de repas et
d'hébergement)

Objectifs

- Apprendre à élaborer ou affiner sa politique commerciale en fonction des facteurs externes et internes.
- Mesurer l'adéquation des structures et systèmes.
- Savoir définir les objectifs individuels et ceux de l'entreprise.
- Déterminer et budgétiser les actions à mettre en œuvre pour faire vivre la politique commerciale.
- Apprendre à exploiter les outils de pilotage d'une politique commerciale.

Méthodes pédagogiques

- Travail sur des cas concrets.
- Exercices en groupe et individuels.
- Apports de connaissances.
- Elaboration d'un plan d'action personnel par chaque participant.

Contenu de la formation

- **La structure et les critères d'une politique commerciale**
 - L'analyse du marché, de la concurrence et des potentiels
 - Les critères d'une politique commerciale
 - Les Mix
 - L'offre
 - La définition des objectifs en quantité et en qualité pour chaque critère de la politique commerciale
- **Les moyens à prendre en compte**
 - L'analyse des structures en fonction des axes de la politique
 - La mesure de l'adéquation des systèmes
 - La formalisation de la politique commerciale
- **Les Plans d'actions de la politique commerciale**
 - Ressources humaines
 - Marketing
 - Commerciaux
- **Les outils de pilotage d'une politique commerciale**
 - Les indicateurs de résultats
 - Les indicateurs clients
 - Les indicateurs d'activité
 - L'analyse des indicateurs

Pour plus d'informations

Contactez-nous au
01.60.13.51.00

Les acquis

A l'issue de cette formation, vous connaissez les principaux schémas d'analyse et vous savez déterminer les priorités produits/clients/services.
Vous êtes capable de déterminer les moyens internes à mettre en œuvre et formaliser la politique commerciale de votre entreprise.