



CONSTRUIRE SON PLAN D'ACTION COMMERCIALE



SE FAIRE CONNAÎTRE
ET VENDRE SES PRODUITS

PROGRAMME

JOUR 1

1. Définir la stratégie de l'entreprise :

- les définitions : stratégie, politique, tactique, objectifs et moyens
- les éléments constitutifs d'une stratégie

2. Élaborer son plan marketing :

- les définitions
- le plan marketing
- la réalisation de son plan marketing

JOUR 2

3. Chiffrer son plan marketing :

- l'élaboration du budget et la programmation des actions
- la construction de son propre tableau de bord

4. Bâtir son plan d'action :

- l'organisation des actions et la mise en œuvre des plannings
- les objectifs et moyens à mettre en œuvre
- l'exploitation des tableaux de bord et les prises de décision



MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Formation en présentiel

Méthodes actives et participatives basées sur des mises en situations interactives et ludiques

Construction de ses propres outils transposés à son contexte professionnel

Remise d'un support pédagogique récapitulant toutes les notions abordées ainsi que les outils utilisés

ÉVALUATION

Remise d'une attestation individuelle de formation

Questionnaire de satisfaction en fin de stage