



ANIMER PLAN D'ACTION MARKETING ET COMMERCIAL ORGANISER DES ACTIONS COMMERCIALES ET DE MARKETING OPÉRATIONNEL POUR ANIMER LES MARCHÉS

Chargé(e) d'affaires commerciales et marketing opérationnel

Certification professionnelle enregistrée au RNCP par arrêté ministériel du 27/12/2018 publié au J.O du 04/01/2019
code NSF 312n dernier renouvellement pour une durée de 5 ans

PRIX

4 500 € TTC
Régime non soumis à TVA

TYPE DE FORMATION

INTRA
Dans les locaux du client

DURÉE

14 Heures

PUBLIC CONCERNÉ

Toute personne

DISPOSITIF SPÉCIAL COVID-19 : FORMATION PRISE EN CHARGE À 100% PAR L'ÉTAT

#JeMeFormeChezMoi

L'analyse du marché, le positionnement de la marque et les moyens à engager prioritairement caractérisent les éléments à intégrer pour définir un plan d'action Marketing et commerciale. Cette formation propose une méthodologie de mise en œuvre de plans d'action conformes aux orientations stratégiques Marketing de l'entreprise.



DESCRIPTION

Cette formation permet d'animer un plan d'action Marketing et commercial, d'identifier, quantifier et organiser les moyens d'un plan d'action Marketing et commerciale.

PRÉ-REQUIS

Expérience professionnelle significative souhaitée dans le domaine.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, les participants seront capables de :

- S'approprier, en lien avec la stratégie Marketing, les priorités de l'action commerciale à engager.
- Analyser le portefeuille clients et son potentiel.
- Animer le plan d'action Marketing et commerciale par cible.
- Faire adhérer la force de vente au plan d'action Marketing et commerciale.

*Cette formation est capitalisable, dans le cadre du Titre enregistré au RNCP "MANAGER DE LA STRATÉGIE DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE" aux autres composantes du bloc de compétence n°2 "Organiser des actions commerciales et de marketing opérationnel pour animer les marchés" pour l'obtention d'une certification partielle finançable par le CPF Code 105221

POUR NOUS JOINDRE, UN SEUL NUMÉRO : 04.84.326.326



www.my-bt.fr

CONTENU DE LA FORMATION

Séquence 1 : **Analyse de son portefeuille clients et de son portefeuille produits** (utilisation de la matrice SWOT).

Séquence 2 : **Analyse des objectifs à atteindre et des moyens à engager.**

Séquence 3 : **Planification des actions (business plan). Positionnement produit** (dans le réseau de distribution classique et e-commerce)

Séquence 4 : **Déploiement des actions : finalisation, communication et objectifs** (de la force de vente, au niveau de l'équipe et au niveau individuel ; suivi et contrôle des actions).

COMPÉTENCES À L'ISSUE DU MODULE DE FORMATION

- Analyser les besoins de ses clients et les caractéristiques de ses produits.
- Construire et analyser une matrice SWOT.
- Fixer des objectifs de ventes réalistes et pertinents.
- Suivre et contrôler les actions engagées.

MOYENS & METHODES PEDAGOGIQUES

- Paperboard, tableau effaçable, feutres / Exposés.
- Travaux en sous-groupe / Témoignages / Discussions collectives.
- Remise de documents pédagogiques.
- Méthode cognitive en groupe / Jeux de rôle.
- Bilan, évaluation et préconisations.

METHODE D'EVALUATION

- Evaluation théorique sous forme de QCM pendant la formation.
- Evaluation pratique en fin de formation.
- Fiche individuelle de suivi avec les axes d'amélioration.
- Travail en intersession.
- Dossier maison / Devoir en cours.
- Travail personnel à présenter au groupe

EVALUATION COLLECTIVE

- Dossier de groupe non soutenu
- Cas pratique soutenu
- Exposé soutenu

VALIDATION DES ACQUIS

Attestation individuelle fournie à l'issue de la formation.