

Déroulement du CAC

Une démarche simple et pertinente pour réussir

DIAGNOSTICS

Quelle est votre situation commerciale ?

CA réalisé sur les 3 dernières années.
Objectifs sur 3 ans.

Quels sont vos atouts, votre spécificité ?

Le CA est caractérisé par…
Le marché se situe …
La concurrence est et fait …
Les points forts de l'entreprise sont…
Les points de progrès sont…
La segmentation clientèle est…
votre département commercial ?

Comment est organisé

Outils de gestion de l'information commerciale.
Outils et documents marketing et communication
Personnes concernées, leur cursus
Leur savoir-faire, leurs résultats
Leurs marges de progression

PRECONISATIONS

Comment exploiter votre potentiel et quelle formation dispenser ?

Positionnement

Stratégie
Objectifs
Plan d'actions commerciales
Outils marketing et commerciaux :

- - Supports graphique
- - Argumentaires de vente
- - Publicité
- - Marketing direct
- - Tableaux de bord
- - Budget

Planification des opérations

Formation

- - personnel concerné
- - objectifs
- - contenus
- - durée

ACTIONS

Formation avec

l'utilisation des outils pour atteindre les objectifs fixés

Réalisation des opérations

- - actions commerciales
- - actions de communication
- - actions événementielles
- - relations publiques

Suivi et accompagnement des commerciaux

Rappels permanents et continus de la formation.

SUIVI

Suivi régulier des actions et ajustements permanents

Cogestion des remontées et retour d'information.

Evaluation de l'effort commercial développé

Appui immédiat sur terrain

Appui immédiat formation sur simple demande

Validation de la mise en place et le suivi des actions du plan de formation et d'accompagnement cosigné.

Ajustement des actions