# Plan d’action commercial [Année]

Lisez les différents éléments et remplacez-les avec vos informations

## Mot d’introduction (Executive summary)

*Résumez ici votre stratégie globale*

* *Vos objectifs*
* *Les stratégies à mettre en place pour les atteindre*
* *Les échéances fixées pour l’atteinte de ces objectifs*
* *Le scope de votre travail*

## Objectifs stratégiques de l’entreprise

*Cette section identifie les objectifs de revenus ciblés, les objectifs par produits, ou par segments de marchés. Vous devez faire le point sur les territoires et les niches que vous ciblez afin de décrire les objectifs stratégiques à prévoir sur le long terme. Si cela peut vous aider*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Objectif stratégique sur le long terme** | **Situation actuelle** | **Situation souhaitée** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

## Analysez votre performance passée

*Identifiez ce qui a fonctionné la période précédente (trimestre, semestre ou année) et ce qui n’a pas fonctionné pour investir là ou vous allez gagner du temps*

*Identifier les stratégies commerciales gagnantes*

## 

## 

## 

## 

## Identifiez les menaces et les opportunités de votre marche

*N’hésitez pas à réaliser une analyse SWOT (tapez buzznessinfo, analyse swot sur Google)*

## Stratégies, méthodologies et tactiques

*Dans cette section décrivez votre go-to market, votre processus de vente, les plans de prospections et les listes des actions à mener*

## Segments de marché

*Identifiez vos différents les persona marketing, les entreprises, les positions, les titres et les personnes que vous devez approcher pour atteindre vos objectifs de ventes.*

## Ressources humaines et technologiques

Faites le point sur vos ressources actuelles et confrontez les à vos objectifs pour vous assurer qu’ils sont cohérents

## Plan d’action

*Pour chaque objectif, acquisition d’un nouveau business, etc, décrivez les stratégies spécifiques et les tactiques à déployez pour les atteindre. Assignez les tâches les activités et les responsabilités de chacun.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nouveau business** | | |
| **Objectif stratégique** | **Action** | **Responsable** |
| *Dépasser les 30 000€ de chiffre d’affaires annuel* | *Envoyer au moins 30 emails personnalisés par jour* | Commercial n°1 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |  |
|  |  |
|  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Business existant** | | |
| **Stratégie** | **Actions** | **Responsable** |
| *Développer le chiffre d’affaires par compte* | *Contacter les clients existants chaque mois pour apporter une nouvelle valeur* | Commercial n°2 |
|  |  |
|  |  |
|  |  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |  |
|  |  |
|  |  |

### Outils commerciaux

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Outils d’aides à la vente** | | | | |
| **Intelligence** | **Activation des ventes** | **Engagement** | **Pipeline – analyse et mesure** | **Management – Coaching -** |
| Abonnement Presse spécialisé, participation aux évènement clés… | Livre Blanc,  Etude de cas  … | Outil de prospection | CRM | Formation… |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

## Mesure de la performance

*Ici vous détaillerez vos indicateur de référence pour mesurer la performance.*

*Ex : nombre de nouveaux clients…*

*Indiquez également où vos reportings commerciaux seront enregistrés…*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Reportings** | **Lien vers le document** | **Date d’analyse** |
| **Reporting du pipeline des opportunités** | *Lien vers le document* | *Tous les débuts de trimestre, le 5* |
| **Reporting des ventes générées.** |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |