

CAHIER DES CHARGES	
Titre de l'action	PLAN D'ACTION COMMERCIAL ET OUTILS POUR LA FONCTION COMMERCIALE
Public visé	Directeur ou responsable commercial, Commercial
Pré-requis	Avoir suivi l'action « Marketing » 100% Formation ou une formation marketing
Objectifs attendus de la formation	<p>Développer et mettre en œuvre un plan d'action commercial (diagnostic portefeuille client, adapter sa démarche à chaque segment de client...)</p> <p>Identifier des indicateurs de suivis pour des tableaux de bords</p> <p>Entretenir son réseau relationnel</p>
Contenus de la formation proposée par votre organisme	
Modalités pédagogiques	
Descriptif des outils pédagogiques utilisés	
Type de validation (attestation de compétence en lien avec E-cographic ou référentiel)	Attestations de compétences (tests d'évaluation permettant de valider des capacités ou connaissances acquises, à mettre en place tout au long du module)
Durée de la formation	21h en discontinu (2 jours + 1 jour, prévoir dans l'intersession un travail à développer dans l'entreprise avec un retour d'expérience)
Dates ou périodes prévisionnelles et horaires spécifiques	
Nombre de stagiaires (minimum-maximum)	6 à 8 stagiaires
Evaluation du coût du dispositif (coût horaire/stagiaire)	

CV du (ou des) formateur(s) à joindre impérativement à la réponse	
Spécificités d'accueils (hébergement, repas ...)	
Lieu de réalisation de l'action	
Réalisation de l'action dans un ou plusieurs centre(s) partenaire(s) dans le cas d'une action dupliquée en région	La mise en place de cette action doit prévoir des déplacements dans les régions
Identification du ou des centre(s) de formation	
Modalités administratives	
Identification de la personne en charge de la gestion administrative et celle intervenant sur la partie ingénierie pédagogique au sein du Centre de formation	