



FF66-26

Commercial

## CONSTRUIRE ET DEPLOYER SON PLAN D'ACTION COMMERCIAL

### **Public concerné :**

- Dirigeants d'hôtels, restaurants et établissements touristiques
- Responsables d'exploitation
- Managers en charge du développement commercial

**Prérequis :** Aucun prérequis technique, expérience professionnelle dans un contexte commercial recommandé

**Mise en œuvre :** Formation en présentiel

**Durée :** 14H (2 jours de 7H)

**Tarif :** **1210 Euros HT. par stagiaire**  
**1070 Euros HT. par stagiaire Tarif adhérent**  
**3300 Euros HT. Intra**

**Nombre de stagiaires :** 4 pers. minimum, 10 pers. Maximum

**Personnes en situation de handicap :** Adaptations possibles de conditions d'accueil et d'animation selon besoin(s) spécifique(s), merci de nous contacter

**Dates, ville, accès :** Sur demande via [www.reso-formation.fr](http://www.reso-formation.fr)

**Inscription :** Merci de nous faire part de votre demande via la fiche formation concernée (formulaire d'inscription à compléter) [sur www.reso-formation.fr](http://www.reso-formation.fr)

RESO formation s'engage à vous répondre dans les 72 heures suivant votre demande et à débuter la prestation dans les 1 à 2 mois à compter de l'acceptation de la prise en charge du dossier.

Mise à jour : janvier 2026

# Construire et déployer son plan d'action commercial

## OBJECTIF(S) DE FORMATION

Un Plan d'Action Commercial est un outil simple et puissant pour structurer le développement commercial, gagner en efficacité, sécuriser le chiffre d'affaires, saisir les opportunités business et embarquer les équipes.

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- ❖ Comprendre les enjeux d'un Plan d'Action Commercial
- ❖ Définir des objectifs commerciaux clairs et mesurables
- ❖ Construire les outils nécessaires au déploiement du Plan d'Action Commercial
- ❖ Définir les moyens, ressources et budgets associés, déployer et piloter efficacement leur plan
- ❖ Améliorer durablement leur performance commerciale

## PROGRAMME DE FORMATION

### Comprendre les enjeux du Plan d'Action Commercial

- Pourquoi un PAC fait gagner du temps et renforce l'efficacité
- Comment il motive les équipes
- Identifier les opportunités business : saisonnalité, clientèle, entreprises locales, événements

### Définir ses objectifs commerciaux

- Rôle structurant des objectifs
  - Objectifs quantitatifs : chiffre d'affaires, réservations, rendez-vous, ventes additionnelles
  - Objectifs qualitatifs : fidélisation, mix B2B/B2C, montée en gamme
  - Définir des objectifs atteignables et mesurables
  - Segmentation par cible, période ou canal
  - Mise en lien avec le tableau de pilotage
- Exercice : construire la grille d'objectifs des 3, 6 ou 12 prochains mois*

### Construire sa boîte à outils commerciale

- Importance d'un outillage simple
  - Éléments de langage
  - Réponses aux objections
  - Argumentaires
  - Pitch téléphonique et pitch face-à-face
  - Emails types
  - Documents commerciaux (flyer, présentation, fiche offre)
  - Tableau de bord commercial
  - Mise à jour ou création de l'offre commerciale
- Exercice : créer un pitch téléphonique et un argumentaire pour une demande courante*

## Définir les moyens, budgets et ressources

- Répartition des rôles (interne / externe)
- Élaboration d'un premier budget commercial
- Identification des besoins complémentaires : partenaires, matériel...
- Construction d'un socle de ressources : planning, charge, arbitrages

*Exercice : formaliser une première ébauche de budget*

## Déployer, piloter animer un Plan d'Action Commercial

- Construction du calendrier d'actions
- Mise en place d'un tableau de bord lisible
- Compréhension des indicateurs clés : panier moyen, taux de transformation, indice de vente...
- Installation d'un rythme de pilotage
- Mobilisation de l'équipe autour du PAC

*Exercices : créer son calendrier, sélectionner les 5 indicateurs clés, préparer un mini point équipe pour présenter le plan*

***En Option : un accompagnement individuel pour mettre en pratique et piloter le plan d'action peut être proposé suite à cette formation. Il peut durer 1, 3 ou 6 mois, avec un rendez-vous mensuel de 2 heures pour assurer une mise en œuvre régulière et efficace.***

## FORMATEURS

Formateurs spécialisés dans le domaine de commercialisation

## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

La formation repose sur une approche active et pratique, combinant observation, mise en situation et accompagnement individualisé. Elle est conçue pour permettre à chaque participant de mettre en pratique immédiatement les compétences acquises.

- Exercices individualisés
- Études de cas issues de leurs établissements
- Construction de leur plan d'action commercial
- Retours personnalisés

## VALIDATION DES COMPÉTENCES

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de quiz, mises en situation, travaux pratiques individualisés...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

- ❖ Auto-positionnement en début de session
- ❖ Evaluation des acquis en fin de session
- ❖ Evaluation à chaud de satisfaction de la formation
- ❖ Certificat de réalisation