

Opleiding : Het verkoopactieplan opstellen en beheren

Praktijkcursus - 3d - 21u00 - Ref. PAC

Prijs : 1720 € V.B.



4,5 / 5

BEST

Het Sales Action Plan (SAP) is de operationele omzetting van de bedrijfsstrategie. Deze training stelt je in staat om de methoden en tools te verwerven die je nodig hebt om je Sales Action Plan te definiëren, implementeren en beheren, het in te zetten binnen je teams en de prestaties ervan te meten.



Pedagogische doelstellingen

Aan het einde van de training is de deelnemer in staat om:

- ✓ Je portfolio of markt analyseren
- ✓ Doelstellingen bepalen en een wereldwijde verkoopstrategie ontwikkelen
- ✓ Een verkoopactieplan opstellen en vertalen naar operationele marketingacties
- ✓ Je verkoopactieplan bewaken, evalueren en aanpassen
- ✓ Het verkoopactieplan promoten bij het management en het personeel

Doelgroep

Salesmanagers, verkoopleiders, hoofden verkoop, iedereen die verantwoordelijk is voor het implementeren van operationele en verkoopstrategieën.

Voorafgaande vereisten

Kennis van marketing.

DEELNEMERS

Salesmanagers, verkoopleiders, hoofden verkoop, iedereen die verantwoordelijk is voor het implementeren van operationele en verkoopstrategieën.

VOORAFGAANDE VEREISTEN

Kennis van marketing.

VAARDIGHEDEN VAN DE CURSUSLEIDER

De deskundigen die de cursus leiden zijn specialisten op het betreffende vakgebied. Zij werden geselecteerd door onze pedagogische teams zowel om hun vakkennis als hun pedagogische vaardigheden voor elke cursus die zij geven. Zij hebben minstens vijf tot tien jaar ervaring in hun vakgebied en oefenen of oefenden verantwoordelijke bedrijfsfuncties uit.

BEOORDELINGSMODALITEITEN

De cursusleider beoordeelt de pedagogische vooruitgang van de deelnemer gedurende de gehele cursus aan de hand van meerkeuzevragen, praktijksituaties, praktische opdrachten, ...
De deelnemer legt ook van tevoren en naderhand een test af ter bevestiging van de verworven kennis.

Praktische modaliteiten

Praktisch werk

Theoretische input en praktische oefeningen

Leer methodes

Actieve en participatieve onderwijsmethoden. Afwisseling van theorie en praktijk met toepassing op de context en ervaring van de deelnemers.

Opleidingsprogramma

1 Van marketingplan naar actieplan voor verkoop

- Het CAP: marketingdoelstellingen vertalen naar verkoopdoelstellingen.
- Marketing- en verkoopindicatoren definiëren.
- De architectuur van het proces en zijn fasen begrijpen. Conflicten met andere functies voorkomen.

Oefening

Verkoopdoelstellingen bepalen.

2 Analyse en diagnose

- Begrijp de belangrijkste feiten per markt en klantsegment.
- Analyse van de klantenportefeuille. De sterke en zwakke punten van het verkoopteam.
- Bestudeer de concurrentie.
- Stel de SWOT-matrix op per verkoopsector.

Oefening

Een diagnose uitvoeren (Porter's matrix, onderzoek naar belangrijke succesfactoren, SWOT).

3 Uw doelstellingenstrategie bepalen

- Valideer de strategische bedrijfsgebieden (SBA's): strategische segmenten en...
- Acties bepalen in lijn met marketingdoelstellingen: ABC, product-/klantenmatrices.
- Bepaal je positionering per klantsegment.

Oefening

Opstellen van een product-/klantsegmentatietabel en bestuderen van de bijbehorende positionering.

4 Beslis over acties en stel je Sales Action Plan op

- Analyseren van prestaties en gebieden die voor verbetering vatbaar zijn.
- Bepaal je prijsstrategie.
- Distributie: bepalen van het prijsbeleid en het geschikte netwerk.
- Communicatie: promoties, consumentenreclame, verkoopstafbeheer.
- Verkoopbeleid: middelen afstemmen op initiële strategie.
- Een intern en extern actieplan opstellen.

Oefening

Onderzoek naar de prioritaire acties die ondernomen moeten worden (prospectie, klantenbinding, verkoopteambeheer).

PEDAGOGISCHE EN TECHNISCHE MIDDELEN

- De gebruikte pedagogische middelen en cursusmethoden zijn voornamelijk: audiovisuele hulpmiddelen, documentatie en cursusmateriaal, praktische oefeningen en correcties van de oefeningen voor praktijkstages, casestudies of reële voorbeelden voor de seminars.
- Na afloop van de stages of seminars verstrekt ORSYS de deelnemers een evaluatievragenlijst over de cursus die vervolgens door onze pedagogische teams wordt geanalyseerd.
- Na afloop van de cursus wordt een presentielijst per halve dag verstrekt, evenals een verklaring van de afronding van de cursus indien de stagiair alle sessies heeft bijgewoond.

TOEGANGSMODALITEITEN EN TERMIJNEN

De inschrijving dient 24 uur voor aanvang van de cursus plaatsgevonden te hebben.

TOEGANKELIJKHEID VOOR MINDERVALIDEN

Is voor u speciale toegankelijkheid vereist? Neem contact op met mevr. FOSSE, contactpersoon voor mindervaliden, via het adres psh-accueil@ORSYS.fr om uw verzoek en de haalbaarheid daarvan zo goed mogelijk te bestuderen.

5 Acties plannen, starten en controleren

- Stel de geprojecteerde exploitatierekening op.
- Opstellen van actiebeschrijvingsformulieren.
- Inventarisatie van hulpbronnen: keuze en verdeling.
- Opstellen van actieplannen voor klanten, operationele marketing en management.
- Bewakingsdashboards.

Casestudy

Opstellen van een afgerond verkoopactieplan.

6 Weten hoe je "je CAP moet verkopen" aan je superieuren en collega's

- Vereenvoudig de presentatie van het GLB.
- Zoek de juiste argumenten om buy-in te krijgen.
- Verkoop je CAP aan het management en het verkooppersoneel.
- De bal aan het rollen brengen: de marketing-/verkoopvergadering.

Oefening

Verkooptraining voor het Sales Action Plan.

Data en plaats

KLAS OP AFSTAND

2026 : 30 maa., 18 mei, 14 okt., 30 nov.

PARIS LA DÉFENSE

2026 : 30 maa., 18 mei, 14 okt., 30 nov.