

**EPREUVE DE LA CERTIFICATION**  
**PLAN D' ACTIONS MARKETING ET/OU COMMERCIALES**  
**Responsable Marketing Opérationnel**

*L'apprenant choisit de préparer un Plan d'Actions Marketing et/ ou Commerciales (PAC) en relation avec son entreprise d'accueil peut à titre exceptionnel décider de travailler sur une autre entreprise si sa structure d'accueil ne le permet pas (association à but non lucratif, administration).*

Le plan d'actions marketing et/ou commerciales est le volet opérationnel, pour le département vente, de la stratégie marketing ou d'entreprise (selon la taille et l'organisation de la structure).

Ce document décrit les **actions** (promotion, communication, marketing direct, vente physique, utilisation des réseaux de distribution, etc.) mises en œuvre pour **atteindre les objectifs** commerciaux fixés en **utilisant les moyens et budgets alloués**. Il s'agit d'un outil de base pour le management d'une force de vente.

Un PAC programme les actions marketing et/ou commerciales à court terme (maximum 1 an).

## **Contenu d'un Plan d'Actions Marketing et/ou Commerciales**

### **1 – Rappel de la stratégie marketing et/ou commerciale et son fondement**

Pourquoi les actions sont-elles menées ?

La stratégie donne un sens. La stratégie commerciale peut être ramenée à l'objectif stratégique de l'entreprise en expliquant le contexte.

### **2 – Définition des objectifs**

Une stratégie commerciale comprend obligatoirement des objectifs afin de pouvoir mesurer sa performance et assurer son pilotage. L'objectif peut s'exprimer de différentes manières :

- Nombre de nouveaux clients
- Evolution du chiffre d'affaires
- Augmentation de la marge brute/nette
- etc..

### **3 – Détail des actions marketing et/ou commerciales, moyens, budgets et indicateurs de suivi**

Afin d'atteindre les objectifs définis, il convient de choisir les actions appropriées.

Il faut donc présenter :

- Les axes retenus
- Les moyens pour les mettre en œuvre
- L'enveloppe budgétaire
- Les indicateurs de suivi.

### **4 – Planning des actions**

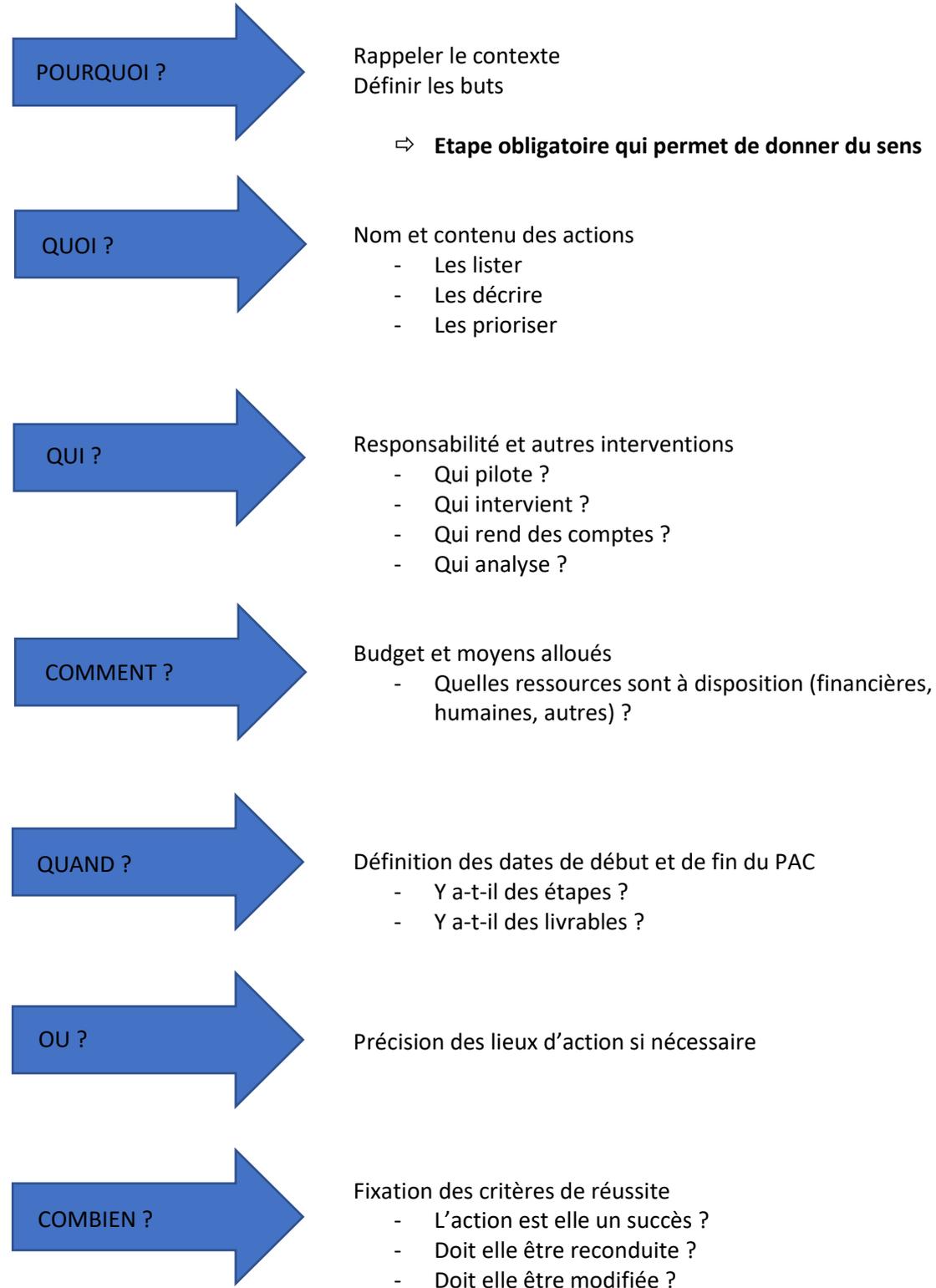
Il convient ensuite de créer un calendrier pour planifier les actions à venir. Ce calendrier reprend les éléments essentiels pour une bonne planification :

- Quelle action ?
- Qui est responsable ?
- Quand ?
- Quel suivi de la performance ?

Ce planning doit rester opérationnel afin de pouvoir adapter si besoin les actions aux résultats.

**EPREUVE DE LA CERTIFICATION  
PLAN D' ACTIONS MARKETING ET/OU COMMERCIALES  
Responsable Marketing Opérationnel**

**Les principales étapes**



**EPREUVE DE LA CERTIFICATION**  
**PLAN D' ACTIONS MARKETING ET/OU COMMERCIALES**  
**Responsable Marketing Opérationnel**

### **Les modalités de mise en forme**

Le PAC doit comporter 10 (minimum) à 15 (maximum) pages.

Il convient de porter une attention particulière à la compréhension de l'auditoire. Les efforts concernant l'orthographe et la structuration linguistique seront également pris en compte dans la notation.

Ne négligez pas cet aspect du travail.

La mise en page est libre mais doit rester lisible et claire.

### **Evaluation du Plan d'Actions Marketing et/ou Commerciales**

Le Plan d'Actions Marketing et/ou Commerciales est une épreuve individuelle permettant de valider le Bloc de compétences numéro 2 du titre Responsable Marketing Opérationnel.

L'évaluation est constituée d'une note pour l'écrit et d'une note pour l'oral. La moyenne des deux notes détermine la note finale.

- **Evaluation de l'écrit**

L'évaluation se fera sur le fond et sur la forme à partir de critères définis ci-dessus avec pour support une grille d'évaluation récapitulative

- Cohérence entre les actions proposées et la stratégie de l'entreprise
- Utilité du PAC pour l'entreprise
- Structuration de la démarche
- Hypothèses de travail
- Clarté et précision de la méthode
- Qualité des informations
- Argumentation
- Simulation et/ou validation des actions proposées
- Consolidation des résultats
- Ouverture vers de nouvelles actions correctrices.

- **Evaluation de l'oral**

L'évaluation orale a pour objectif de voir si vous maîtrisez le sujet et savez l'exposer en argumentant clairement. Cette évaluation dure 15 minutes et a pour but de présenter au jury les points spécifiques de votre Plan d'Actions Commerciales.

Vous pouvez vous aider de moyens audiovisuels et de tout type de support permettant de renforcer vos arguments.

L'évaluation sera suivie d'une période de 10 minutes qui permettra au jury de vous poser les questions qu'il jugera utile et/ou nécessaire à la compréhension générale de votre PAC.

**EPREUVE DE LA CERTIFICATION**  
**PLAN D' ACTIONS MARKETING ET/OU COMMERCIALES**  
**Responsable Marketing Opérationnel**

L'évaluation se fera sur le fond et sur la forme à partir de critères définis avec pour support une grille d'évaluation récapitulative

- Explication du PAC
- Valeur ajoutée de l'oral par rapport au document écrit
- Qualité et pertinence des illustrations et supports utilisés
- Accessibilité à un non initié
- Capacité de synthèse
- Qualité de la conclusion
- Pertinence dans la réponse aux questions
- Maîtrise du temps imparti
- Qualité de l'expression orale (verbale et non verbale)
- Attitude, prise en compte du public
- Aptitude à argumenter.