



MANAGEMENT COMMERCIAL

PROGRAMME

Participants : Managers d'équipe des ventes, chefs de ventes, directeurs commerciaux, directeurs des ventes.

Objectifs : Dynamiser et motiver son équipe commerciale
Décliner des objectifs commerciaux en plans d'actions d'équipes et individuels
Faire progresser ses collaborateurs en se comportant en leader

Durée : La formation est répartie sur 2 jours soit 14 heures.

L'importance de la communication

- La notion de filtre
- La théorie de l'iceberg
- Les obstacles dans la communication

La compréhension fine du collaborateur

- Le principe de la synchronisation pour établir la confiance
- Les caractéristiques de l'écoute active : l'attitude/la force du silence
- La reformulation : utilisation et caractéristiques
- La prise en compte des réactions émotionnelles d'un collaborateur

Le style de leadership naturel

- Les 5 styles de leadership de Blake et Mouton
- Les avantages et les limites de chaque style de leadership

Le plan d'action commercial

- La transcription des objectifs de l'entreprise dans un plan d'action commercial
- Le contenu d'un Plan d'Actions Commerciales (PAC)
- L'organisation de l'action au quotidien

Le management par objectif

- Les critères d'un objectif opérationnel
- Les questions pour définir l'objectif
- La motivation à atteindre l'objectif
- L'entretien de définition d'objectif

L'entretien d'activité pour faire évoluer ses collaborateurs

- Les principes à respecter
- Les objectifs de l'entretien d'activité

Les leviers de motivation des commerciaux

- Le motivomètre pour évaluer le niveau de motivation de ses collaborateurs
- Les symptômes de la démotivation et leurs causes
- L'identification et la répartition des tâches motivantes
- L'entretien de remotivation

La trame et les principes fondamentaux pour communiquer ses décisions

- La trame en 7 étapes pour annoncer une décision difficile
- L'importance de la solidarité avec la Direction
- Le risque d'erreur du manager.

Les outils d'un accompagnement efficace

- La posture de "coach"
- Les règles du jeu à définir avec le collaborateur pour les différents types de visites
- La construction d'une grille d'observation sur les critères de fond et de forme.

Le débriefing d'un accompagnement terrain

- Le recensement préalable des points forts et axes d'amélioration
- La trame d'un feedback "sandwich"
- L'avis du "coach"
- La synthèse et la définition d'un plan correctives

Les réunions d'équipe commerciale

- La préparation de la réunion
- Les éléments d'une réunion productive et motivante
- Les différentes personnalités en réunion