



Performance

MANAGER AVEC SUCCES SA FORCE DE VENTE

Une équipe commerciale n'est pas tout à fait une équipe comme les autres. Balançant régulièrement entre euphorie et baisse de moral, les vendeurs doivent être managés avec un soin tout particulier. Pour atteindre les objectifs fixés, les résultats doivent être particulièrement bien suivis tout comme l'activité, tant en matière de rendez-vous que de prospection physique et téléphonique. Responsable commercial, un métier de management à part entière, complexe, avec de réelles particularités à connaître et à maîtriser.

Objectifs

- Appréhender les particularités du management commercial
- Savoir fixer les objectifs commerciaux avec pertinence
- Réussir son pilotage commercial à l'aide de tableaux de bord
- Animer avec efficacité en collectif et en individuel

Modalités d'animation

Alternance :

- d'exposés théoriques
- de travaux de recherche en sous-groupe et en individuel avec restitution
- de débats, de témoignages, de partages d'expérience
- d'ateliers de simulation
- de visionnage de vidéos de management

Public concerné

Directeurs et responsables commerciaux, chefs de vente, cadres de proximité et cadres intermédiaires du domaine commercial, nouveaux managers

Prérequis

Aucun

Durée

2 jours (14h00)

Nombre de participants

3 à 12 personnes

Tarif

Selon grille tarifaire

Programme

Connaître les particularités du management de commerciaux

- L'euphorie ou la baisse de moral
- La pression des objectifs et de la rémunération
- Un besoin accru de reconnaissance

Identifier les caractéristiques de la mission du directeur commercial

- Un rôle de leader et d'entraîneur
- Une fonction où l'exemplarité côtoie l'exigence
- Un savant dosage de confiance et de contrôle
- Les 10 comportements vertueux

Adopter des postures managériales et une communication adaptés

- L'échelle de maturité collaborative
- Les 4 postures managériales I.C.A.R.E.
- Les principes clés d'une communication efficace

Savoir motiver sa force de vente

- La différence entre satisfaction et motivation
- Les grands leviers sur lesquels s'appuyer pour motiver
- L'entretien spécifique de reconnaissance : technique R.I.R.E.S.

Bien fixer les objectifs

- Bien fixer des objectifs : technique F.M.R.
- Les objectifs collectifs et individuels
- Les objectifs quantitatifs et qualitatifs
- Les objectifs de production et d'activité

Réussir à piloter les résultats

- Les tableaux de bord de suivi : résultats et activité
- Le suivi de la prospection physique et téléphonique
- Les ratios de proposition et de concrétisation
- Les leviers de l'efficacité commerciale individuelle
- Le choix d'indicateurs pertinents

Mettre en place un système d'animation managériale pertinent

- Le briefing rapide
- La réunion d'équipe
- L'entretien individuel d'activité
- Le tutorat suivi du débriefing