



Public

Responsables, Cadres et Managers de l'entreprise Chef des ventes, animateur de réseaux, manager d'équipe de vendeurs, de délégués, de technico-commerciaux, de télévendeurs. Directeur d'agence commerciale, responsable d'équipe de vente.



Pré-requis

Connaître les responsabilités et les tâches rattachées au poste de travail



Durée

3 jours – 24 heures

Horaires : 08h30 – 12h30
14h00 – 18h00



Organisation

Diagnostic / positionnement avant la formation.

Pédagogie en face à face : alternance entre les connaissances "terrain" et les apports théoriques.

Écoute active des besoins, réponse aux attentes tout en respectant les objectifs pédagogiques fixés. Échange avec le groupe afin de faire ressortir les notions-clés de la formation.

Mise en pratique à travers des exercices issus du vécu professionnel des participants. Remise d'un support de cours numérique et/ou écrit.

Remise d'une attestation de formation.



Évaluation

Évaluation sommative à travers un cas pratique à chaque fin de module.

MANAGEMENT COMMERCIAL

OBJECTIFS

Renforcer son efficacité de manager commercial au quotidien et sur les actes clés. Développer la motivation et la compétence de chacun de ses commerciaux pour booster ses ventes.

Créer et renforcer l'esprit d'équipe.

Concevoir et animer des réunions motivantes.

Traiter les cas difficiles en management.

PROGRAMME

1 S'affirmer en tant que manager de sa force de vente

Clarifier "pour quoi suis-je payé ?"

Diagnostiquer ses compétences clés :

Points forts ? Points de progrès ?

Identifier son style de management :

"Comment suis-je perçu par eux ?"

Éviter les pièges de son style.

2 Adapter son management aux commerciaux et à leurs résultats

Analyser les objectifs commerciaux pour identifier les compétences à développer.

Identifier le profil de chaque vendeur :

Est-il compétent ? Est-il motivé ?

Adapter son style de management :

Quand être directif ? Participatif ? Persuasif ?

Réaliser un diagnostic des forces et faiblesses de son équipe commerciale avec le TAM.

3 Motiver individuellement ses vendeurs au quotidien

Comment agir pour motiver ?

Comment féliciter, encourager sans "en faire trop" ?

Comment faire accepter des objectifs ambitieux ?

Faire la chasse à la routine.

4 Utiliser les réunions commerciales pour motiver collectivement son équipe

Types et objectifs de réunions :

Rendre chaque réunion utile.

Varié les méthodes d'animation.

Animer avec aisance et plaisir.

Comment capter l'attention, faire participer, adhérer et s'engager.

5 Préserver la motivation de mes vendeurs même quand je veux ...

Faire face aux résultats insuffisants.

Recadrer et affirmer mon autorité sans "casser" le relationnel .

Résoudre les conflits.

Faire accepter procédures et décisions impopulaires.