

Manager et stimuler une équipe commerciale

Animer, développer, accompagner, tonifier

Durée : 4 jours

28 heures

Tarif : sur devis

Public	Prérequis	Pédagogie
<ul style="list-style-type: none">• Managers commerciaux• Futurs Managers commerciaux• Chefs d'équipe vente• Dirigeants et membres de comités de direction	<ul style="list-style-type: none">• Disposer d'au-moins 3 années d'expérience en commercialisation• Disposer idéalement d'au-moins 12 mois d'expérience en management d'équipe	<ul style="list-style-type: none">• Appropriation de méthodes et outils de management• Découvertes de cas et d'exemples concrets• Réalisation de cas pratiques et jeux de rôle• Elaboration de plans d'action

Objectifs de la formation

- Renforcer la posture et les aptitudes managériales et commerciales
- Savoir piloter les équipes de manière efficace
- Créer des équipes commerciales plus solides
- Dynamiser l'équipe et (re)créer une réelle dynamique
- Instaurer une véritable culture de la réussite
- Différencier les approches en fonction des profils
- Créer un fort engagement de l'ensemble des équipes
- Ancrer des pratiques homogènes au sein de l'équipe
- Maîtriser les étapes de développement commercial
- Se positionner en amont des besoins et projets
- Passer de la « vente produit » à la « vente solution »
- Savoir construire une relation partenariale et pérenne
- Installer une « intimité-client » avec les interlocuteurs clients
- Structurer ses actions et ses priorités pour gagner en efficacité

Apports aux participants

Au travers de thématiques complémentaires et d'ateliers concrets, vivants et progressifs, ces journées de formation vont largement renforcer les capacités managériales des participants :

- Renforcer la posture et les aptitudes managériales
- Enraciner durablement des pratiques managériales solides
- Cibler une appropriation maximale par les équipes (« enracinement »)
- Favoriser le pragmatisme, avec des méthodes accessibles et immédiatement transposables dans le quotidien
- Transmettre des outils directement utiles
- Cibler une application immédiate dès la fin de la formation
- Favoriser le développement de chacun dans ses propres capacités managériales

Une approche à la fois concrète, pragmatique et expérientielle, qui sera à même d'enraciner durablement les meilleures réflexes et les meilleures postures managériales au sein des équipes.

Méthode pédagogique

Cette formation sera organisée et animée autour de nombreuses séquences, dont le rythme et la variété préservent une réelle dynamique malgré l'intensité des informations partagées :

- De courtes séquences de formation vivantes et dans une logique de progression (fil conducteur)
- De nombreux ateliers et jeux de rôle en sous-groupes tout au long de la journée
- Des exercices à la fois pratiques et courts, centrés sur des thématiques et des cas précis en lien avec le fil conducteur, incluant des scénarios et des cas business concrets

A l'issue de la formation, 2 évaluations sont réalisées :

- Une auto évaluation « à chaud » sous forme de « feuille de route » individuelle réalisée par chaque apprenant et pouvant donner lieu à un échange post-formation avec le consultant-formateur
- Une évaluation globale de la formation, réalisée volontairement « à froid » dans les 10 jours suivant la formation

Cette formation est accessible aux personnes handicapées ; nous vous invitons à nous contacter. Avec l'aide de notre référent handicap nous serons en mesure d'identifier les ajustements ou adaptations nécessaires à prendre en compte dans notre animation.

Programme

LES BASES D'UN MANAGEMENT EFFICACE

Structurer ses actions et ses priorités pour gagner en efficacité

- Définir ses objectifs prioritaires
- Élaborer son plan d'action
- Optimiser son temps en regard des priorités

Stimuler la motivation des équipes

- Comprendre les facteurs de motivation
- Connaître les mécanismes de reconnaissance et de valorisation
- Gérer les situations de démotivation

Maîtriser les différents styles de management

- Le management directif
- Le management informatif
- Le management participatif

Manager les équipes à distance

- Exploiter au mieux les outils de communication et collaboration virtuelle
- Suivre et évaluer les performances à distance

- Créer un environnement de travail collaboratif en ligne

ACCOMPAGNER ET PILOTER SON EQUIPE

Analyser et capitaliser sur les performances individuelles

- Suivre en continu les performances
- Savoir évaluer les performances individuelles
- Faire un feedback constructif
- Adopter des plans d'amélioration personnalisés

Devenir le coach de son équipe, être sur le terrain

- Comprendre les principes du coaching en entreprise
- Faire un accompagnement individuel et collectif
- Développer ses compétences de « coach »

Recadrer par étapes

- Identifier les situations nécessitant un recadrage
- Planifier et préparer le recadrage

- Adopter une communication claire et constructive
- Etablir un suivi et un accompagnement post-recadrage

COMMUNIQUER EFFICACEMENT

Développer la communication interne

- Comprendre les enjeux visibles et cachés de la communication interne
- Identifier les canaux de communication efficaces
- Gérer les conflits et les malentendus
- Favoriser la transparence et l'ouverture

Créer et savoir animer des réunions efficaces et motivantes

- Planifier et structurer des réunions
- Maîtriser les techniques d'animation dynamique
- Favoriser la participation active
- Savoir résoudre les problèmes en groupe

DEVELOPPER LES CAPACITES COMMERCIALES DE L'EQUIPE

Maîtriser les bases de la réussite d'une équipe commerciale

- Savoir mener une découverte approfondie du client
- Savoir présenter et valoriser l'entreprise
- Savoir écouter

Tisser des liens et « rayonner » chez le client

- Identifier la bonne posture pour instaurer relation et confiance
- Accroître l'intimité-client

Se positionner en amont des besoins et projets

- Remonter dans la chaîne de décision
- Evaluer le potentiel et mesurer les forces en présence

Passer de la « vente catalogue » à la « vente solution »

- Capturer l'ensemble des enjeux client
- Se positionner dans une logique globale

Optimiser l'approche de l'équipe

- Appréhender les 3 types d'approche commerciale
- Différencier les approches en fonction des tailles et potentiels
- Savoir segmenter son portefeuille pour identifier les potentiels réels
- Structurer ses actions et ses priorités
- Construire les PAC – Plan d'Action Commercial

Tirer parti des nouveaux outils

- Le rôle majeur de l'ERP dans le travail du commercial
- Savoir utiliser l'IA pour gagner en temps et efficacité