

## **Manager et stimuler une équipe commerciale**

*Animer, développer, accompagner, tonifier*

Durée : 4 jours

28 heures

Tarif : sur devis

### **Public**

- Managers commerciaux
- Futurs Managers commerciaux
- Chefs d'équipe vente
- Dirigeants et membres de comités de direction

### **Prérequis**

- Disposer d'au-moins 3 années d'expérience en commercialisation
- Disposer idéalement d'au-moins 12 mois d'expérience en management d'équipe

### **Pédagogie**

- 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