

La Gestion de La Force de Vente

OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> • Acquisition des compétences nécessaires pour une bonne maîtrise des outils de gestion de l'équipe commerciale et de l'optimisation de ses efforts pour de meilleures performances. • Cette formation permet au stagiaire d'identifier les nouvelles opportunités de croissance pour son entreprise. Avec les compétences acquises, lors de ce parcours de formation, il pourra décrypter les signaux de l'environnement économique de son entreprise, construire la stratégie de développement commercial et la traduire en objectifs de la force de vente pour chaque collaborateur de l'équipe commerciale. • Clarifier ses missions de manager commercial, mobiliser sa force de vente, impliquer chacun, soutenir, observer, évaluer ses commerciaux, générer la motivation individuelle et collective. Une telle orientation permet de mieux optimiser le potentiel de sa performance de manager ainsi que celui de leader capable d'entraîner sa force de vente, de la motiver et de la faire progresser dans la réalisation de ses objectifs.
PROGRAMME	<p>MODULE 1 - Positionner sa mission stratégique de manager de la force de vente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le positionnement en tant que manager de force de vente : la clarification de ses missions. • Le diagnostic organisationnel du manager : comment fonctionnez-vous au quotidien ? • Le positionnement du manager par rapport à chacun de ses commerciaux. • Les comportements professionnels qui aident et motivent la force de vente à progresser. • Le modèle de compétences à développer au niveau de sa force de vente. <p>MODULE 2 - Insuffler l'esprit d'équipe pour obtenir plus d'efficacité</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comment donner du sens au métier de commercial et faire vivre le plaisir de la vente ? • Les clés pour comprendre le cadre de référence de chacun de ses collaborateurs. • Les clés pour générer des relations de synergie dans une équipe commerciale. • Les pratiques pour inspirer confiance à l'équipe dans sa capacité à surmonter les obstacles. • Le style de chaque commercial et la maturité de l'équipe. • Comment entraîner ses commerciaux à l'optimisme, sans nier problèmes et contraintes ? <p>MODULE 3 - Motiver pour obtenir l'engagement des vendeurs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les principales causes de la démotivation individuelle et/ou collective. • Les repères pour adapter son style de management à chaque commercial. • Comment mener un entretien pour remotiver un commercial en situation difficile ? • Les modes de management personnalisés par profil du commercial. • Les techniques pour apprendre à ses commerciaux à rebondir après un échec. <p>MODULE 4 - Accompagner les collaborateurs pour faire progresser leurs résultats</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'optimisation des résultats : apporter les correctifs évolutifs aux écarts de compétences. • Comment s'affirmer en tant que manager capable d'indiquer la voie à suivre. • Les indicateurs de la performance : comment les rendre cohérents et adaptés à chacun ? • La fixation et le suivi des objectifs de performance. • L'évaluation objectifs : mesurer les résultats, évaluer les compétences optimiser les potentiels. • La mise en œuvre du suivi de différents plans de progrès pour éviter tout retour en arrière <p>MODULE 5 - Affirmer son leadership de manager pour générer la performance</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comment exprimer pleinement son potentiel et celui de ses commerciaux ? • Développer vos qualités de leader par enthousiasme pour mobiliser celle des autres. • La modélisation de votre manière d'agir : être un exemple à produire des succès. • Les clés pour retrouver de l'énergie et pour la communiquer. • Comment mobiliser et engager l'équipe dans la performance durable ? <p>MODULE 6 - Déployer son projet de progression</p> <ul style="list-style-type: none"> • La définition d'une stratégie de développement dans le cadre de son métier pour chacune des missions ou compétences, conformément aux axes de progrès définis avec formateur.
DURÉE	4 Jours
POPULATION CONCERNÉE	Dirigeants d'entreprise, directeurs commerciaux, directeurs de marketing, chefs de vente.