

## MANAGEMENT COMMERCIAL, PILOTER UN OU PLUSIEURS COMMERCIAUX POUR LES DIRIGEANTS DE TPE/PME

PRIX par  
personne  
900 € HT

Le management commercial est un management particulier : non seulement les collaborateurs sont mobiles, autonomes et avec un niveau de responsabilités importants mais le métier est un métier à culture dominante orale. La motivation des collaborateurs prend aussi une importance particulière et le pilotage de leurs activités est un exercice différent d'une équipe back office ou de production.

Comment concilier performance, motivation, contrôle, pilotage des objectifs et résultats en maintenant l'engagement des collaborateurs ? Voici la (ou les) réponse(s) qu'apporte(ent) cette formation. Elle est destinée aux managers de petites équipes de vente (de 1 à 4/5 commerciaux) (Dirigeants de TPE, PME, Start-up...)

### Objectifs

- ⇒ Distinguer les spécificités du management commercial – le différencier du management courant
- ⇒ Distinguer le rôle d'un commercial dans l'organisation (objectifs et missions)
- ⇒ Définir des objectifs pertinents et adaptés
- ⇒ Identifier et définir les indicateurs de pilotage et la progressivité des objectifs (secteur de vente, activités, résultats et performance)
- ⇒ Mettre en place un tableau de bord (contenu et outils)
- ⇒ Organiser le feed back et le reporting
- ⇒ Mesurer et agir (en fonction des résultats)
- ⇒ Recruter et intégrer un commercial

### Publics visés

Tout dirigeant ou manager en situation de manager un ou une petite équipe de vente

### Pré requis

Aucun.

### Moyens pédagogiques

- ⇒ Formation action. Chaque participant part avec un plan personnel d'actions
- ⇒ La formation peut se dérouler en présentiel ou en distanciel <sup>(1)</sup>

### Pédagogie en distanciel

- ⇒ La pédagogie privilégie la pédagogie inversée (travail personnel de préparation et séances collectives de mise en situation et études de cas) sur les profils motivationnels des participants.

### Durée

2 jours (14 heures).

### Sanction de la formation

- ⇒ Attestation de présence remise à l'issue de la formation.

(1) Dans la situation de confinement et le contexte actuel, le distanciel est privilégié

### PROGRAMME

Spécificités d'un management commercial

- ⇒ Le travail en autonomie des commerciaux
- ⇒ La distance et le temps, spécificité et différence
- ⇒ La confiance à priori et le contrôle à postériori

La mission d'un commercial, cadrage et contexte

- ⇒ La mission d'un commercial, postures et limites

Les objectifs, pertinence et adaptation

- ⇒ Les coûts d'un commercial et sa rentabilité
- ⇒ Les objectifs pour un commercial
- ⇒ Calculer les objectifs en adéquation avec son secteur
- ⇒ Fixer les objectifs en collaboration avec le commercial

Objectifs, progressivité et évaluation

- ⇒ Liens entre activité commerciale, résultats et performance
- ⇒ Installer la progressivité entre activités, résultats et performance
- ⇒ Définir les indicateurs indispensables et le tableau de bord

Le reporting et le feed back, 2 éléments essentiels du management commercial

- ⇒ Planification et forme du reporting
- ⇒ Le reporting, facteur d'autonomie et de développement des compétences

Evaluer, Contrôler et définir des leviers d'action

- ⇒ Décrypter un tableau de bord et évaluer la position du commercial
- ⇒ Identification des leviers de progrès
- ⇒ Mettre en place un plan de progrès en collaboration avec son commercial

Contrôle et confiance

- ⇒ L'installation de la confiance mutuelle
- ⇒ Identifier les signaux d'alerte d'une défaillance ou d'une dérive
- ⇒ Agir en face d'une alerte et distinguer les difficultés
- ⇒ Elaborer un plan d'action et le suivre

Mettre en place les conditions de la motivation de son équipe

- ⇒ Les comportements et actions contre productifs
- ⇒ Les comportements et actions favorisant la motivation

Recruter et intégrer un nouveau commercial

- ⇒ L'accueil (on boarding)
- ⇒ L'intégration
- ⇒ La prise de poste (objectifs, progressivité et time line)

Définir un plan de progrès personnel

QCM et correction

### Compétences visées

- ⇒ Piloter l'activité de ses commerciaux
- ⇒ Evaluer et analyser l'activité de ses commerciaux
- ⇒ Mettre en place une démarche de feed back et reporting
- ⇒ Agir et accompagner ses commerciaux pour développer leur efficacité

### Modalités d'évaluation

*Evaluation en entrée:*

Aucune.

*Evaluation en sortie:*

- ⇒ Evaluation par QCM

*Formateur : Bertrand LAINE – Formation management commercial depuis 2009 –*