

Manager sa force de vente

- Au-delà de leurs compétences métiers, c'est grâce à une motivation "top niveau" que les commerciaux atteignent, voire dépassent, leurs objectifs. Le manager commercial est le plus puissant vecteur de cette motivation. Cette formation repose tant sur l'apprentissage des gestes clés du management d'équipe commerciale que sur la prise en compte des leviers de la motivation des commerciaux. Elle lève le voile sur les pratiques clés du manager commercial motivant.

Les objectifs de la formation

- 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.

Pour qui

- Chef des ventes, animateur de réseaux, manager d'équipe de vendeurs, de délégués, de technico-commerciaux, de télévendeurs.
- Manager commercial.
- Directeur d'agence commerciale, responsable d'équipe de vente sédentaire.

Prérequis

- Au moins une année d'encadrement d'équipes commerciales.

Programme

1. Renforcer son rôle de manager commercial

- 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. Structurer une équipe de vente :

- Identifier sa propre organisation, ses points forts et ses points faibles.
- Les différents types de structures : par secteur géographique, par produit, par marché ou par type de clientèle.
- Adapter son organisation à la stratégie de l'entreprise.
- Aide au choix d'une organisation optimale.

3. Comment animer, motiver et stimuler une équipe de vente ?

A. Animer une équipe :

- Clarifier les concepts d'animation d'équipe.
- Réunir les bonnes conditions d'animation.
- Considérer la motivation comme un facteur clé de l'animation.

B. Stimuler une équipe :

- La nécessité de stimuler son équipe.
- Le tableau de bord : un outil de stimulation.

C. Choisir les techniques de motivation appropriées :

- La motivation par résultats, par objectifs, par la formation, l'entraînement.

D. Evaluer une équipe de vente :

- Pourquoi évaluer son équipe ?
- Préparer et mener un entretien d'évaluation : les techniques, les méthodes, le suivi.

E. Utiliser les réunions commerciales pour motiver collectivement son équipe

- Types et objectifs de réunions :
 - rendre chaque réunion utile.
- Varier les méthodes d'animation.
- Animer avec aisance et plaisir.
 - comment capter l'attention, faire participer, adhérer et s'engager.

F. Fixer des objectifs commerciaux

- les familles d'objectifs commerciaux (L'Eventail des Objectifs : Quantitatifs, Qualitatifs, Organisationnels, Administratifs)
- Qu'est-ce qu'un bon Objectif ?
- La fixation des objectifs par la méthode SMART
- le partage des Objectifs par l'Equipe

Durée : 04 jours