

Le management de la force de vente

Organiser, animer et suivre efficacement l'activité commerciale

Objectifs

- Décliner la stratégie commerciale en objectifs opérationnels mesurables pour l'équipe de vente
- Construire et mettre en œuvre un plan d'action commercial adapté aux objectifs fixés
- Animer et accompagner la force de vente à travers le coaching, les réunions commerciales et les outils de communication adaptés.

Public concerné

Responsable commercial, commercial grands-comptes, commercial senior.

Pré-requis

Pas de prérequis

Méthodes et moyens pédagogiques

Pédagogie active s'appuyant sur des :

- Apports théoriques,
- Applications sur des cas,
- Exercices pratiques,
- Partages d'expérience.

Equipe pédagogique

Les formateurs sont issus du monde professionnel, ils font le lien indispensable entre les exigences des entreprises et les méthodes et objectifs pédagogiques visés par cette formation

Avant la formation, le stagiaire renseignera un questionnaire d'analyse du besoin afin :

- Que le Formateur prenne connaissance de son activité et de son environnement de travail, de son niveau de compétence, de ses préférences d'apprentissage et des questions techniques particulières qu'il souhaite aborder
- De valider que les objectifs opérationnels mentionnés dans la fiche programme correspondent à ses attentes
- D'exprimer en confidentialité, l'existence d'un handicap à prendre en compte par le Référent Handicap au niveau des moyens d'apprentissage ainsi que de l'assistance technique et d'accompagnement nécessaire.



Infos pratiques

Formation disponible uniquement en intra/sur mesure

Tarif

Nous consulter pour un devis personnalisé

Durée

2 jours soit 14 heures

Lieu de formation et calendrier

Le planning de la formation pourra être déterminé avec l'animateur en fonction des contraintes professionnelles des stagiaires.

Formation dans vos locaux, chez nous ou à distance

Modalités d'évaluation

Lors de la formation, les participants sont soumis à des mises en situation, des exercices pratiques, des échanges sur leurs pratiques professionnelles permettant un contrôle continu de leur progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

Le programme de la formation

Présentation de la formation et recueil des attentes des stagiaires par l'intervenant

Le management commercial

- Définition des objectifs appliqués à la stratégie commerciale.
- Plan d'action commercial
- Stimulation et motivation

Organisation de la force de vente

- L'intégration d'un nouveau commercial
- Le plan de progression
- Définition des secteurs de vente.
- La politique de rémunération

L'animation commerciale de l'équipe

- L'animation à distance
- Le coaching : une visite accompagnée sur le terrain avec grille d'analyse et plan de progrès individuel
- Maîtriser ses réunions commerciales
- Organiser la circulation de l'information
- L'organisation et les outils efficaces de reporting

Le suivi de l'activité commerciale

- Distinguer l'urgence de l'importance.
- Savoir traduire la politique et la stratégie en objectifs mesurables
- Définir un plan d'action commercial
- Vendre le plan d'action à son équipe et piloter sa mise en œuvre
- Mettre en place des tableaux de bord de suivi de l'activité commerciale et de reporting

Le recrutement de son équipe

- L'entretien d'embauche
- La sélection

Quiz final : qu'avez-vous retenu ?



CONTACTS

Nos conseillers en formation
formationcontinue@supdev.fr
tél : 01 39 10 78 78

Référent handicap - Laurent Perna
lperna@supdev.fr - tél : 06 89 69 07 00

www.supdev.fr

Une école de



Notre établissement est accessible aux
personnes en situation de handicap