

Piloter la performance commerciale

Durée: 2 jours

Objectifs: Accroître la réussite de la mission de management et acquérir de nouvelles compétences pour renforcer son potentiel et amener son équipe vers la performance.

Profils: Responsables régionaux, districts managers, chefs d'équipe, managers commerciaux souhaitant maîtriser et déployer efficacement une stratégie commerciale pour accroître les résultats.

Méthodes: Le stagiaire confronte son expérience personnelle aux principes enseignés et améliore ses points faibles lors de mises en situation. Formation opérationnelle illustrée par de nombreux exemples issus de cas réels.

Prérequis: Aucun prérequis n'est nécessaire pour participer à cette formation si ce n'est être en situation de management.

Évaluation: L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers des multiples exercices, mise en situation et étude de cas à réaliser. Le formateur remet en fin de formation une attestation avec les objectifs acquis ou non par le stagiaires.

S'approprier la stratégie de l'entreprise

Connaître et comprendre la stratégie de l'entreprise

Définir sa zone de responsabilité

Poser les fondamentaux : les 5P du marketing mix segmentation

Cible, positionnement et ressources nécessaires

Analyse et diagnostic

Comprendre les faits significatifs par segment de marché, par segment de clientèle

Analyse du portefeuille client

Les forces et faiblesses de l'équipe commerciale : organisation, ratios, plan de vente

Etudier la concurrence

Construire la matrice SWOT par secteur de vente : sécuriser, renforcer ou développer

Définir et formaliser le plan d'action commercial

Définir les axes prioritaires

Concevoir le plan des actions par segments de marché et selon les typologies « clients »

Mettre en place des actions concrètes qui serviront le résultat

Ouvrir le champ des recommandations au-delà des axes classiques : le CA, les opérations commando, les actions de formation, le recrutement de profils spécifiques...

Fixer des échéances et les dead lines

Présenter et faire valider le PAC

Communiquer les chiffres et partager l'information pour progresser

Décider des orientations à prendre : consolider les forces, sécuriser les menaces, transformer les faiblesses en forces

Piloter les performances

Savoir interpréter les chiffres

Identifier les facteurs clés de succès, les indicateurs et ratios d'activité

Objectifs SMART

Adapter sa stratégie d'équipe aux compétences individuelles

Déterminer la partie variable de la rémunération des vendeurs en fonction de la répartition des efforts et des objectifs atteints

Animer en motivant

Le challenge, le concours

Les 5 sources de motivation

Savoir communiquer son envie de réussir

L'entretien de motivation et de recadrage

L'accompagnement gagnant

Détecter les difficultés de vos équipes

Planifier ses actions pour une meilleure efficacité

Réaliser l'accompagnement

L'autonomie : source de réussite