



PROGRAMME ET PLANNING DE FORMATION

EQUIPE COMMERCIALE : PILOTAGE PAR LA PERFORMANCE

MANAGEMENT / COACHING DE L'EQUIPE DE VENTE

Focus spécificité Force de vente d'agents commerciaux, vrp

1. Objectifs Pédagogiques

OBJECTIFS et RESULTATS attendus:

Après le Management, le coaching de ses équipes, pour améliorer la performance de chaque commercial, pour servir l'objectif Commun de l'équipe Commerciale et faire grandir en compétence son personnel commercial

Identifier aussi les spécificités du pilotage de VRP, agents commerciaux

Présentation sous forme de présentation magistrale : Remise d'un Document résumant la partie exposée

Etude de cas et sketches : s'entraîner à travers des cas

2. Contenu général de la formation

PROGRAMME FORMATION :

QUESTIONNAIRE DES ACQUIS EN DEBUT DE FORMATION

JOUR 1 MANAGEMENT DE LA PERFORMANCE DE SON EQUIPE DE VENTE TERRAIN MAGASIN

Des outils de suivi de la Force de vente : les fondamentaux pour animer au quotidien une équipe

Le dossier Client

LES Relevés du rayon (DN transformé, place, prix ...)/

fréquentage, visite Gestion des plannings de suivi clientèle,

Le rapport hebdomadaire, Les chiffres des ventes : leur utilisation

JOUR 2 L'UTILISATION DE SON CRM PAR LE MANAGER LORS D'UN ENTRETIEN AVEC SON EQUIPE COMMERCIALE

Analyse au préalable des éléments : quels indicateurs

Exemple de dossier CRM « poussé » type GMS et pour PME

Les points clefs , statistiques pour orienter l'action commerciale pour une PME

Etude de cas : utilisation des indicateurs du CRM lors d'une réunion commerciale avec un collaborateur de l'équipe de vente terrain sur le marché GMS

JOUR 3 OPTIMISATION ET ORGANISATION DES SECTEURS COMMERCIAUX PAR LE MANAGER

Définition du plan de charge d'un secteur : potentiel de visite

Réalisation sur l'étude de cas d'une zone assimilée à une région commerciale étude de couverture

Priorisation des magasins à visiter

Sélection des magasins à visiter/Validation fréquence de visite

Planification des tournées magasins sur une zone selon la méthode « en marguerite »

Définition plan hebdomadaire de visite avec la méthode en marguerite pour couvrir la zone commerciale.



Etude de cas : organisation d'une semaine de tournée commerciale et projection mensuelle : choix des points de vente.

Gestion de la prise de Rendez-vous pour planifier la tournée commerciale

Etude de cas : comment gérer des imprévus dans une forte période activité (Vente et Rendez-vous)

JOUR 4 MANAGEMENT PAR LE LEADERSHIP DE SON EQUIPE COMMERCIALE

Les profils de son équipe commerciale

- Le débutant
- Le confirmé
- L'expert

La cartographie des profils de son équipe

- Détermination en situation
- Ressources en situation

JOUR 5 LES ENTRETIENS DE RECADRAGE

Quel Management pour quel profil

Cas : entretien de recadrage

SKETCHES équipe de vente magasin et le manager

- Entretien de motivation, félicitation
- Recadrage dans le cadre d'un conflit

JOUR 6 LE COACHING INDIVIDUEL DES MEMBRES DE SON EQUIPE COMMERCIALE :

Le développement de chaque personne au profit de la performance de l'équipe

Capitaliser sur les compétences de chacun.

Développement de la performance du collaborateur dans le temps.

Méthodes et outil : la préparation du coaching en situation de vente

Trame de coaching : Besoin de développement

Le processus en situation :

Préparation Accompagnement par le manager en situation de vente,

L'Entretien,

Feed Back,

Entretien annuel

LES SITUATIONS DU COACHING

L'ENTRETIEN EN SITUATION DE VENTE CLIENT:

- CAS préparation /rendez-vous/ débriefing à chaque RDV / débriefing fin de journée
- Sketches Rôle du « Coaché » et du Manager
 - le coaching : posture par l'observation
 - le coaching : posture par l'exemplarité
 - le coaching : posture du support

JOUR 7 LA PARTICULARITE DU CHOIX DE L'AGENCE COMMERCIALE / LES OBJECTIFS, L'ORGANISATION

Les objectifs d'Une Force de vente Terrain et spécificité des agents commerciaux : LES 4P

L'organisation de la Force de vente : les différentes Alternatives et particularités

- Fdv intégrée
- Agents commerciaux vrp
- Alternant

Choisir un agent commercial

La validation de l'accord avec l'Agence : contrat



JOUR 8 LE CHOIX DE L'AGENT COMMERCIAL VRP : DOSSIER et ENTRETIEN

Construire le dossier pour « convaincre l'agent commercial »

Exemple de dossiers

Animation de l'agent commercial : Réunion, objectif, moyen , pilotage

La Mesure des résultats : les outils de suivi

Cas : choisir son agence commerciale : jeu de rôle et sketches

- Construire votre dossier de « recrutement »
- Sketches de recrutement : entreprise / agents

QUESTIONNAIRE DES ACQUIS FINAL

Débriefing

3. Public

Pré-requis nécessaire : Avoir une expérience commerciale dans différents réseaux de distribution en France. Avoir déjà une expérience de Manager d'équipe commerciale.

Public : Dans le cas où un stagiaire serait en situation **de Handicap** , l'organisme de formation est en capacité d'étudier l'ensemble des possibilités et de s'adapter selon le besoin.

4. Méthode pédagogique

UNE METHODE ACTIVE ET PARTICIPATIVE

🎯 Des **apports théoriques** sur la Politique commerciale , négociation, pilotage d'équipe

🎯 Des **illustrations** et **exercices** d'application.

🎯 Des **situations d'Interactivité** : animation avec support en diaporama, visionnage de films et d'animation en présentiel

🎯 La **mise en action des participants** : favorisant la mise en pratique immédiate des concepts et outils, sur la base de cas concrets **et de sketches**

🎯 Des **échanges entre participants** pour favoriser les réactions, accompagner la concertation, s'accorder sur les termes employés, communiquer sur ses objectifs

Nous mettons au point des supports stagiaires illustrés et synthétiques. Ces outils sont remis aux stagiaires sous forme papier et sous forme électronique pour favoriser leur appropriation des contenus et contribuer ainsi à leur mémorisation.

Nos supports de intègrent également des **quizz et étude de cas, des sketches** permettant de mesurer les acquis.



5. Moyens pédagogiques, techniques , d'encadrement mis en oeuvre

Séances de formation **en présentiel INTRA-ENTREPRISE**

Séances de formation en salle	Dossiers techniques remis aux stagiaires
Etude de cas concrets	Paperboard, présentation Diaporama
Exposés théoriques	Ordinateur , Vidéoprojecteur

La formation ayant lieu dans les locaux de la structure, cette dernière doit s'assurer qu'ils permettent aux stagiaires de suivre la formation dans des conditions satisfaisantes de sécurité, confort et mises en pratique des connaissances transmises (notamment pour les jeux de rôles), que la formation est dispensée dans des locaux distincts des lieux de travail habituels des stagiaires (art. D6321-3 Code du travail).

Les locaux doivent répondre aux normes ERP, accessibilité aux personnes à mobilité réduite et facilité d'accès par les moyens de transport. Le formateur assure également le suivi administratif de la formation depuis la proposition d'intervention jusqu'à la saisie des fiches d'évaluation .

Le formateur sur cette action sera BERNARD CHAUDERON titulaire d'un DESS (MASTER 2) Management des entreprises agro-alimentaire option marketing

Ancien Directeur Commercial et expérience pendant 15 ans en commercial terrain, développement des ventes, Négociateur, manager de force de vente

Gérant de la société ABCOMMERCIAL, depuis 10 ans , qui accompagne des entreprises ,dans leur développement commercial et marketing.

Déclaration enregistrée sous le numéro 93.13.14482.13., auprès du préfet de la région Provence Alpes Cote D'Azur.

ABCOMMERCIAL certifié qualité QUALIOP1 24/08/2020 pour les actions de formation

6. Suivi de l'exécution-Evaluation

Suivi de l'exécution : Feuilles de présences signées des stagiaires et du formateur par demi-journée et attestation d'assiduité de fin de formation individuelle.



L'évaluation s'effectuera :

- en amont de la formation, avec un questionnaire d'évaluation des acquis
- en cours de formation pour chacun des thèmes,
- en fin de formation sur la base du questionnaire d'évaluation des acquis et de l'évaluation de la satisfaction par les stagiaires.

A l'issue de cette formation, une attestation d'assiduité de fin de formation sera remise aux stagiaires.

7. Durée -Organisation

DUREE : 8 jours soit 56 heures

Les horaires de formation sont : 09h – 13H / 14h – 17H00

Dates : A déterminer avec le client

Rythme : en continue

Mode d'organisation pédagogique : présentiel Intra - Entreprise

Lieu de formation : intra- entreprise

Une convocation et un plan d'accès seront transmis à chaque stagiaire.

Pour toute information concernant la formation, vous pouvez contacter

CHAUDERON BERNARD

TEL 0632177017

EMAIL : bchauderon@abcommercial.fr

Article 8 - Conditions financières

Formation sur mesure. Pour toute demande de devis, contactez-nous pour recevoir une proposition pédagogique et financière personnalisée.

L'entreprise bénéficiaire s'engage à procéder au règlement de ce prix directement au bénéfice de l'organisme de formation, et ce, par rapport aux droits de l'entreprise à l'égard de l'organisme paritaire collecteur agréé auquel cette dernière règle sa participation au financement de la formation professionnelle continue.

L'entreprise bénéficiaire s'engage à régler les factures émises par l'organisme de formation sous un délai de 30 jours à compter de la réception des dites factures.



Article 9 – DELAIS DE VALIDATION ET DE PLANIFICATION

**MERCI DE ME RENVOYER LE PROGRAMME VALIDEE PAR RETOUR DE SIGNATURE AVANT LE POUR
UNE FORMATION PREVUE sur Les mois du**

La convention de formation vous sera transmise après validation du programme.

**Pour toute information concernant la formation, vous pouvez contacter
l'intervenant de ABCOMMERCIAL :**

CHAUDERON BERNARD

TEL 0632177017

EMAIL : bchauderon@abcommercial.fr

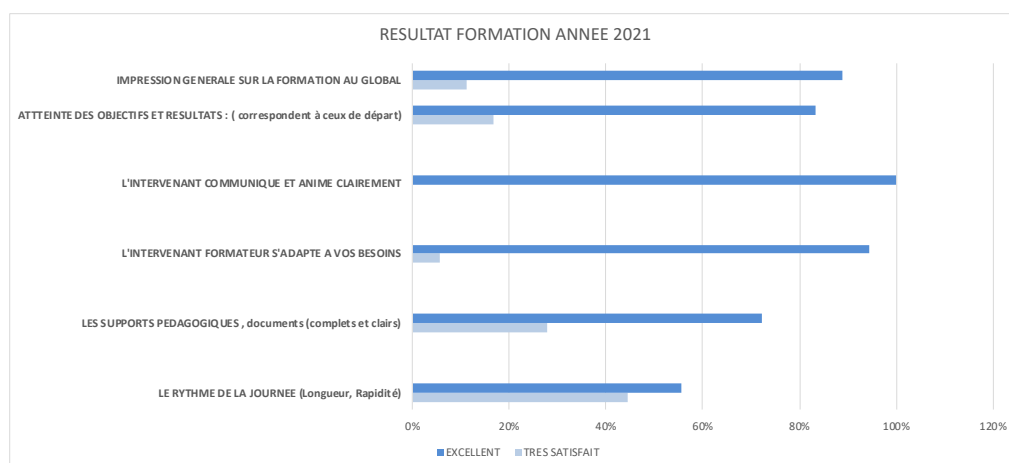
INDICATEURS DE RESULTATS ...2021

LES INDICATEURS DE RESULTATS en 2021

EN 2021 FORMATION REALISEE PAR ABCOMMERCIAL

10 ENTREPRISES

18 PERSONNES FORMEES



Données du 1er Janvier au 31 Décembre 2021 calculées sur la base des questionnaires de satisfaction reçus, complétés par les participants à l'issue des formations – Données actualisées annuellement.

Données du 1er Janvier au 31 Décembre 2021 calculées sur la base des questionnaires de satisfaction reçus, complétés par les participants à l'issue des formations – Données actualisées annuellement. S'ils le souhaitent, les stagiaires



peuvent avoir accès aux résultats de nos enquêtes sur demande. Il en est de même pour l'ensemble des parties prenantes (clients, organismes financeurs)