



## 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

### **1La phase de positionnement est réalisée :**

L'analyse du besoin

En Amont de la formation lors du questionnaire des prérequis et des besoin envoyés et remplis par le stagiaire

Un questionnaire des acquis est réalisé en début de formation

### **2Méthodes de mesure d'acquisition des compétences décrites dans le programme ci dessous**

Quizz sur les acquis en début et fin de formation

Quizz au cours de la formation

Etude de cas avec grille d'analyse .

Sketches avec grille d'analyse : s'entraîner à travers des cas

- Sketches en pilotage de la performance avec les équipes
- Sketches entretien de cadrage pour le management et coaching équipe commerciale
- Sketches de recrutement d'agents commerciaux pour fdv

Des éléments pour mesurer l'acquisition des objectifs et des compétences

### **3Validation et mesure des acquis et compétences EN FIN DE FORMATION**

Questionnaire des acquis en fin de formation.

Bilan de tous les cas et sketches

Un certificat de fin de formation mesure sur une échelle l'acquisition des compétences liées aux objectifs attendus



## 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 QUALIOPi 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](mailto:bchauderon@abcommercial.fr)

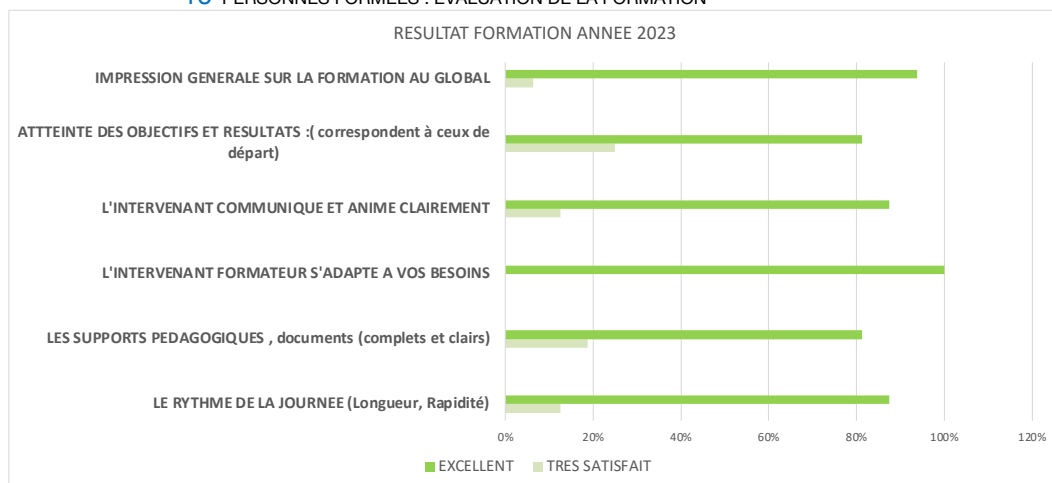
## INDICATEURS DE RESULTATS ...2023 (MAJ 01/03/2024)

### INDICATEUR DE RESULTATS 2023

#### EN 2023 FORMATION REALISEE PAR ABCOMMERCIAL (MAJ 01/02/2024)

6 ENTREPRISES

16 PERSONNES FORMEES : EVALUATION DE LA FORMATION



Données du 1er Janvier au 31 Décembre 2023 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).

#### EN 2023 LES ENTREPRISES (6) / 100 % DES DIRIGEANTS :

- Très ou plutôt satisfait
- Les éléments acquis par les stagiaires ont été mis en pratique au sein de la structure
- Conseille les formations ABCOMMERCIAL à ses salariés et partenaires

#### Quelques commentaires :

» Formation très bien pilotée par M chauderon » : christine et luc Salsedo (DG Nice Gourmet/ SoccaChips®)

« M Chauderon est un très bon formateur , les acquis de cette formation nous serviront quotidiennement dans notre travail » : Jean Baptiste Fontana (Directeur Commercial Charcuterie Fontana)

Données collectées début 2024 calculées sur la base des questionnaires de satisfaction reçus, complétés par les Directeurs d'Entreprises – Données actualisées annuellement.  
S'ils le souhaitent, les clients peuvent avoir accès aux résultats de nos enquêtes sur demande.  
Il en est de même pour l'ensemble des parties prenantes (clients, organismes financeurs).