



## **PROGRAMME ET PLANNING DE FORMATION**

### **OBJET DE DE L'ACTION DE FORMATION :**

**EQUIPE COMMERCIALE : PILOTAGE PAR LA PERFORMANCE**

**MANAGEMENT / COACHING DE L'EQUIPE DE VENTE**

**Focus spécificité Force de vente d'agents commerciaux, vrp**

### **Article 1.1 – OBJECTIFS DE L'ACTION DE FORMATION**

---

#### **OBJECTIFS ET CONTENUS DE LA FORMATION**

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

### **Article 1-2 PHASE DE POSITIONNEMENT DU STAGIAIRE**

---

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

L'analyse du besoin auprès du Responsable formation de l'entreprise en amont

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

### **Article 1-3 PHASE D'EVALUTATION mesure et validation**

**acquisition et programme lié aux objectifs initiaux : Évaluation finale**

---

**EVALUATION EN COURS DE FORMATION : Méthodes 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

### **EVALUTATION FINALE : Validation 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

## **Article 1-4 CONTENUS ET PROGRAMME DE LA FORMATION**

---

### **PROGRAMME FORMATION :**

#### **QUESTIONNAIRE DES ACQUIS 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

Bilan de Fin de formation

Questionnaire quizz des acquis de fin de formation

## ARTICLE 2 Public

---

Les stagiaires participants à cette action de formation sont : .....

**Pré-requis** nécessaire : Avoir une expérience commerciale dans différents réseaux de distribution en France. Avoir déjà une expérience de Manager d'équipe commerciale ou de relation transversale avec les équipes

.

**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.

Nous sommes à votre disposition pour vous accompagner dans votre démarche de formation, au mieux de nos moyens, selon la ou les situations de handicap que vous rencontrez. **BERNARD CHAUDERON, est le référent pour les personnes en situation de handicap et est votre contact privilégié pour échanger avec vous sur votre besoin en formation et mise en œuvre de moyens de compensation.**

Nos équipes sont mobilisées afin de faciliter l'accès à nos formations aux personnes en situation de handicap. Nous nous efforcerons, dans la mesure du possible de rendre accessible nos



formations à toutes personnes handicapées quel que soit le handicap (moteur, visuel, mental, auditif).

Au cas par cas nous vous invitons à prendre contact avec BERNARD CHAUDERON pour échanger avec vous sur votre besoin en formation et nous faire part des aménagements dont vous pourriez avoir besoin, nous nous engageons à mettre tout en oeuvre pour y répondre favorablement.

☎ 0632177017 @ [bchauderon@abcommercial.fr](mailto:bchauderon@abcommercial.fr)

Vous pouvez consulter sur notre site Internet ABCOMMERCIAL.FR, **le processus accessibilité Handicap.**

## ARTICLE 3 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 PRESENTIEL AU SIEGE**
- 🎯 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.



## ARTICLE 4 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 12 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 24/08/2024 pour les actions de formation

## ARTICLE 5 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.

## ARTICLE 6 Durée -Organisation

---

**DUREE : 8 jours soit 56 heures**

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

Dates : .....

Rythme : en continue

Mode d'organisation pédagogique : présentiel et ou distanciel selon situation

Lieu de formation : PRESENTIEL

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 7 - Conditions financières

---

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

Le tarif de formation est fixé entre 1250 euros HT, soit 1500€TTC et 1500 euros HT, soit 1800€ TTC par journée de formation ( soit entre 178,57€ HT de l'heure et 214,3 HT de l'heure).

Nous réaliserons une proposition en fonction du projet selon vos besoins , ainsi qu'une proposition tarifaire adaptée ( nombre de jours , projets , nombres de stagiaires)



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.

La société Abcommercial générera une facture après chaque journée de formation réalisée.

## Article 8– DELAIS DE VALIDATION ET DE PLANIFICATION

---

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

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

Une convocation sera transmise à chaque stagiaire.

**Pour toute information concernant la formation, vous pouvez contacter**

CHAUDERON BERNARD

TEL 0632177017

EMAIL : bchauderon@abcommercial.fr

DATE SIGNATURE

DATE A SALON DE PROVENCE

le .....

Pour l'entreprise

Responsable Formation de l'entreprise

(Nom et qualité du signataire)

Pour ABCOMMERCIAL

(Nom et qualité du signataire)



**CHAUDERON BERNARD**

**DIRIGEANT**

Signature

Cachet de l'établissement

Cachet de l'organisme faisant apparaître la  
raison sociale

(Faire précéder de la mention « lu et approuvé »)