

Formation Accompagner ses équipes dans la stratégie commerciale (ACN Atlas)

| | |
|---|--|
| Durée : | 2 jours |
| Public : | Managers, chefs de service |
| Pré-requis : | Connaitre les fondamentaux de la stratégie commerciale |
| Objectifs : | Communiquer la stratégie commerciale de l'entreprise - Identifier et trouver les ressources au sein de l'équipe - Créer une dynamique commerciale collective - Accompagner la conduite du changement - Élaborer le plan d'actions en lien avec la stratégie - Analyser le portefeuille client et la performance commerciale. |
| Sanction : | Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis |
| Taux de retour à l'emploi: | Aucune donnée disponible |
| Référence: | COM101637-F |
| Note de satisfaction des participants: | 4,79 / 5 |

Le leadership appliqué à la mise en œuvre de la stratégie commerciale

Donner du sens à la stratégie commerciale, motiver, générer des nouvelles sources de performance
Les éléments de la légitimité du leader : la stabilité émotionnelle et le professionnalisme
Les actions pour exprimer son potentiel de leadership capable d'incarner une stratégie.
Les cinq missions de leadership pour mobiliser son équipe autour d'une vision commune.
Les compétences qui permettent d'agir, encourager la coopération et renforcer les initiatives
Les principales caractéristiques du leadership commercial.
Les méthodes pour générer la motivation et la transférer à l'équipe commerciale.
Les principaux leviers pour mobiliser et engager son équipe commerciale dans la performance.

Atelier : autodiagnostic et établissement individuel d'un plan de progrès

Définir les priorités de l'action commerciale en regard de la stratégie

Définir sa zone de responsabilité.
Définir sa stratégie d'objectifs.
Traduire les objectifs stratégiques en objectifs commerciaux SMART individuels et collectifs.
Évaluer les ressources nécessaires tant humaines que financières.
Préparer les objections et identifier les zones de faiblesse de son équipe.

Atelier : état des lieux de son périmètre

Analyser son marché et adapter le plan d'actions commerciales à la stratégie d'entreprise

Le portefeuille client

le portefeuille produit

les couples clients / produits

La méthode ABC appliquée à son périmètre

L'analyse PESTEL appliquée à son périmètre Matrice SWOT

Atelier : Construire la matrice SWOT et ABC de son périmètre commercial.

Déployer et communiquer le plan d'actions commerciales et la stratégie associée

Formaliser et communiquer le plan d'actions commerciales.

Définir les objectifs collectifs et les plans d'actions individuels.

Formaliser le plan du développement en le traduisant en objectifs opérationnels de la force de vente et définir le processus de leur affectation à chaque collaborateur commercial.

Établir son tableau de bord pour piloter et suivre les actions commerciales.

Manager la performance de l'équipe commerciale afin d'obtenir plus d'efficacité et créer les conditions optimales du succès de chacun.

Les méthodes pour faire adhérer la force de vente dans la vision stratégique de l'entreprise.

Accompagner les commerciaux dans le développement de leurs compétences pour qu'ils puissent exercer leur métier avec la confiance et faire progresser leurs résultats.

Les méthodes d'analyse des résultats commerciaux et lancement des plans action correctives.

Atelier : mise en situation devant le groupe pour soutenance de son plan d'action commerciale et stratégique sur son secteur, interactions et synthèse.