

Formation Commercial Expert : Responsable d'équipe commerciale + Les partenaires et distributeurs

Durée :	5 jours
Public :	Commerciaux expérimentés amener à gérer une équipe
Pré-requis :	Avoir une expérience complète de commercial - Bien connaître l'entreprise et ses produits
Objectifs :	Apprendre à gérer une équipe commerciale - Fixer les objectifs - Motiver - Suivre les résultats - Gérer des distributeurs - Communiquer son offre - Etablir la politique de distribution - Suivre les partenaires
Référence :	COM100177-F
Demandeurs d'emploi :	Contactez-nous pour connaître les remises Pôle Emploi

Introduction

De l'individu au collectif, les qualités pour gérer une équipe
Présentation de la formation

Premiers pas comme responsable commercial

Se préparer psychologiquement
Les objectifs donnés sont-ils raisonnables ?

Préparation à la prise de poste

Identifier son contexte
Identifier les personnes à gérer
Lister les objectifs collectifs
Lister les objectifs individuels
Comprendre les motivations de chacun
Identifier les risques courants
Organiser sa prise de poste
Définir ses priorités
Définir son positionnement
Lister les tâches courantes

Atelier: créer le story Board de la prise en main de l'équipe

Les erreurs à éviter lors de sa prise de poste

Décalage de ton
Décalage d'objectifs
Prise de poste mole
Prise de poste brutale
Autres erreurs

Atelier : lister ses forces et faiblesses, lister les risques

La vie du responsable d'équipe commerciale

- Gérer ses commerciaux
- Donner des objectifs
- Organiser le travail
- Fixer les priorités
- Prendre des décisions
- Contrôler
- Autres tâches courantes

Gestion des commerciaux

- Que sait-on sur les commerciaux ?
- Les personnalités
- Quel est le cadre de travail des commerciaux ?
- Qu'attendent les commerciaux de vous ?
- Sources de motivations

Attitudes du responsable d'équipe commerciale

- Bases théoriques sur le leadership
- Le rôle et l'attitude du responsable d'équipe
- Les qualités impératives du responsable d'équipe
- Communication du responsable d'équipe
- Tirer des enseignements de chaque expérience
- Développer les compétences de l'équipe

Atelier : cas d'école

Contrôler

- Les type de contrôles
- Outils de contrôle

Vie courante du responsable d'équipe

- Recevoir les objectifs collectifs et les étudier
- Définir les objectifs individuels
- Communiquer les objectifs individuels à chaque commercial
- Ecouter les objections/suggestions de chacun
- Organiser une réunion pour communiquer les objectifs collectifs
- Ecouter son équipe
- Motiver
- Suivre les ventes
- Accompagner les vendeurs
- Féliciter les vendeurs performants
- Recadrer les vendeurs sous leurs objectifs
- Gérer les commerciaux qui ne respectent pas les règles ou les process
- Réunir les commerciaux en fin d'exercice pour communiquer les résultats
- Mettre en avant les progressions

Tableaux de bords de suivi

- Suivi des ventes individuelles
- Suivi des ventes collectives
- Suivi des propositions commerciales et taux de transformation
- Suivi des ouvertures de compte
- Suivi de la qualité/satisfaction client

Autres indicateurs

Situations diverses

Résultats catastrophiques d'un commercial
Résultats catastrophiques de l'équipe
Résultats exceptionnels et problème de stock
Plaintes de client sur la qualité ou le comportement de commerciaux
Démission

Les tâches RH du responsable d'équipe

Gestion et problème liés aux frais
Gestion des primes
Gestion des rémunérations
Gestion des congés
Santions disciplinaires
Atelier : exercices multiples de mise en situation

Introduction à la gestion de partenariat

Pourquoi utiliser des partenaires ?
Présentation de la formation

Préparer son offre de partenariat : lister les potentiels partenaires

Qui sont les partenaires potentiels ?
Quels sont les moyens de les démarcher ?
Quelles sources ?

Préparer son offre de partenariat : déterminer le contenu de l'offre

Quels produits vont vendre les partenaires ?
Quels formations et supports devront avoir les partenaires ?
Quels seront les tarifs partenaires ?
Quels seront les récompenses éventuelles ?
Atelier : préparer une ébauche d'offre

Préparer son offre de partenariat : déterminer les moyens de communication

Appel
Rendez-vous
Courrier
E-Mailing
Réseaux Sociaux
Sites Web spécifiques

Prospecter les partenaires

Etablir le discours de vente
Définir les atouts de vos produits
Communiquer les conditions
Contractualiser le partenariat
Atelier : lister les partenaires possibles et les moyens de les prospecter

Suivre les partenaires

Suivi des ventes

Suivi des problèmes

Communication avec les partenaires

Atelier : Exemples de partenariats et bonnes pratiques

Situations diverses

Problèmes avec partenaire et fin de partenariat

Gestion avec le client d'un partenaire

Autres situations

Atelier : Exercices de simulation

Conclusion