



Piloter la performance commerciale

Manager et motiver son équipe commerciale

2 jours (14h00) | ★★★★★ 5/5 | DCMG-MAN | Évaluation qualitative de fin de stage |
Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 495 € ht

Formations Compétences Métier > Performance commerciale > Piloter la performance commerciale

Contenu mis à jour le 12/09/2025. Document téléchargé le 15/05/2026.

Objectifs de formation

- Exprimer la stratégie commerciale de l'entreprise
- Mesurer les impacts (bénéfices/risques) de la dimension commerciale pour votre équipe
- Identifier et trouver les ressources au sein de l'équipe
- Créer une dynamique commerciale collective
- Mobiliser votre équipe.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Pédagogie participative mettant l'apprenant au cœur de l'apprentissage. Utilisation de techniques ludo-pédagogiques pour une meilleure appropriation. Ancrage facilité par une évaluation continue des connaissances au moyen d'outils digitaux et/ou de cas pratiques.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur notre plateforme.

Prérequis

Aucun.

Public concerné

Toute personne en charge d'une organisation commerciale.



Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

Exprimer le rôle du manager commercial dans un environnement en évolution

- Clarifier les enjeux de la stratégie commerciale dans un environnement en évolution
- Identifier les attentes croisées de la direction et des commerciaux
- Mettre en perspective les évolutions des outils CRM, des réseaux sociaux et des usages de l'IA dans le pilotage commercial
- Traduire la stratégie en messages clairs, compréhensibles et mobilisateurs pour l'équipe
- **Atelier pratique** : Autodiagnostic de posture managériale et analyse des évolutions du rôle

Evaluer les impacts de la stratégie commerciale sur l'équipe

- Identifier les effets de la stratégie commerciale sur les rôles, les pratiques et l'organisation du travail
- Évaluer les bénéfices attendus pour l'équipe : montée en compétences, visibilité, coopération, performance
- Repérer les risques potentiels : surcharge, perte de repères, démotivation, désalignement
- Détecter les signaux faibles de désengagement ou de tension
- Construire une lecture managériale des impacts humains et collectifs

Identifier les ressources disponibles au sein de l'équipe

- Réaliser un diagnostic des compétences et des aptitudes disponibles
- Cartographier les ressources humaines, relationnelles et organisationnelles de l'équipe
- Repérer les talents mobilisables au service de la stratégie
- Structurer des relais internes, binômes ou rôles de référents
- Renforcer la coopération au service d'un objectif commun
- **Atelier collectif** : cartographie des ressources.

Créer une dynamique commerciale collective et fédératrice

- Relier les priorités commerciales aux objectifs individuels et collectifs
- Impliquer l'équipe autour d'objectifs communs et de projets porteurs et fédérateurs
- Installer des rituels d'animation utiles : réunions commerciales, points d'équipe, temps de partage
- Favoriser la coopération et la responsabilisation
- Créer les conditions d'une mobilisation durable dans le collectif
- **Cas pratique** : Co-construction d'un plan d'animation commerciale d'équipe ou simulation de prise de parole managériale.

Mobiliser son équipe dans la durée

- Adapter sa communication managériale selon les profils et les situations
- Utiliser le feedback comme levier d'engagement
- Développer la reconnaissance individuelle et collective
- Exercer une autorité claire et rassurante
- Déléguer pour responsabiliser et renforcer l'adhésion
- Maintenir la mobilisation dans un contexte d'exigence commerciale
- Structurer un suivi simple des signaux d'engagement de l'équipe
- **Cas pratique** : Jeux de rôles ou co-construction d'un tableau de bord d'indicateurs d'impact humain et collectif.

*Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)**

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

- En cours de formation, par des exercices pratiques
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation

Accessibilité de la formation

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Politique Handicap.

Modalités et délais d'accès à la formation

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme. Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation. Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.