



Piloter la performance commerciale

Mettre en oeuvre des actions marketing et un plan d'action commercial

3 jours (21h00) | ★★★★★ 4,6/5 | DCMG-MANMARK | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Formations Compétences Métier › Performance commerciale › Piloter la performance commerciale

Contenu mis à jour le 13/10/2023. Document téléchargé le 28/05/2024.

Objectifs de formation

A l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Analyser votre portefeuille clients et prospects et votre marché
- Développer une démarche commerciale et marketing structurée
- Formuler des objectifs pour chaque catégorie et typologie de clients ou de prospects
- Utiliser des méthodes et des outils opérationnels
- Concevoir et mettre en oeuvre un plan d'action commercial (PAC) opérationnel
- Associer l'équipe commerciale à l'élaboration du PAC afin de fédérer
- Evaluer les résultats et adapter les actions si nécessaire.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Formation délivrée en présentiel ou distanciel* (blended-learning, e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance).

Le formateur alterne entre méthode** démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation).

Variables suivant les formations, les moyens pédagogiques mis en oeuvre sont :

- Ordinateurs Mac ou PC (sauf pour certains cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel)
- Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne
- Supports de cours et exercices

En cas de formation intra sur site externe à M2i, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation visée conformément aux prérequis indiqués dans le programme de formation communiqué.

* nous consulter pour la faisabilité en distanciel

** ratio variable selon le cours suivi

Prérequis

Avoir une expérience significative dans le domaine du commerce.

Public concerné

Commerciaux, directeurs commerciaux.

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 élargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

1) Avant la formation

- Questionnaire de positionnement pour identifier ses propres axes de progrès

2) Pendant la formation

Introduction

- Présentations de chacun
- Attentes et objectifs visés de chacun
- Présentation du cadre de la formation
- Contextualisation des objectifs et des enjeux
- Emergence des représentations des participants
- Ajustement du contenu du programme de la formation si besoin

Construire le plan d'action commercial à partir du plan marketing

- Comprendre les liens et la complémentarité entre la stratégie marketing et l'action commerciale
- Identifier les axes de travail pour améliorer la coordination entre marketing et vente
- Adopter une méthodologie pour construire son plan d'action commercial

Elaborer un état des lieux et comprendre la problématique

- Analyser le portefeuille clients ou prospects par famille de produits et services
- Connaître les comptes clés
- Repérer les forces et faiblesses des spécificités sectorielles (SWOT)
- Connaître la présence concurrentielle sur son secteur : la veille concurrentielle
- Etablir une stratégie claire de réponse aux appels d'offre (Go / No go)

Définir les objectifs de ventes

- Définir les profils de clients cibles
- Définir les indicateurs clés de performance (KPI)
- Définir des objectifs qualitatifs en incluant des indicateurs de mesure
- Définir sa politique de stimulation commerciale (ratios, primes, challenges...)

Mettre en oeuvre le plan d'action opérationnel

- Lister les actions commerciales à mettre en place en termes de prospection, de fidélisation, animation de la force de vente...
- Adopter une méthode pour identifier les clients à abandonner, à développer, à relancer (clients dormants)...
- Découper / répartir les actions en tâches
- Allouer les ressources (temps, actions...) en fonction des résultats de l'analyse
- Planifier les actions

Faire adhérer l'équipe et accompagner les commerciaux

- Rappeler la vision d'entreprise et du service
- Co-construire le PAC du service (hiérarchie + équipe)
- Mettre en place ou actualiser les tableaux de bord
- Accompagner les commerciaux dans la construction de leur PAC
- Organiser une réunion de lancement du PAC et fédérer autour des objectifs et des actions

Suivre le plan d'action opérationnel

- Suivre les commerciaux dans la mise en oeuvre de leur PAC (fixation d'objectifs / montée en compétence / accompagnement/ suivi individuel et collectif)
- Vérifier la rentabilité des actions commerciales : calcul de coûts et ROI
- Réaliser un bilan annuel et en tirer les conclusions pour le nouveau PAC

Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)

- *Autodiagnostic*
- *Mises en situation : atelier collectif ou simulations basées sur des cas concrets proposés par les stagiaires*
- *Exercices d'entraînement*
- *Jeux de rôle : conduire la réunion de lancement du PAC, mener un entretien de suivi avec un commercial*
- *Atelier collectif : analyse de scénarii, mise en situation (ex : définir des objectifs commerciaux, réaliser un état des lieux, définir les clients cible, lister les actions commerciales, définir des KPI, construire un plan d'actions commerciales)*
- *Brainstorming en sous-groupe*
- *Débriefing sur les comportements mis en oeuvre : analyse de pratique*
- *Plan d'action : rédiger son plan d'action personnalisé (PAP), objectifs et actions concrètes*

Synthèse de la session

- Réflexion sur les applications concrètes que chacun peut mettre en oeuvre dans son environnement
- Conseils personnalisés donnés par l'animateur à chaque participant
- Evaluation formative (quiz permettant de valider les compétences acquises)
- Bilan oral et évaluation à chaud

3) Après la formation : consolider et approfondir

Learning Boost

- Pour garantir le succès de votre formation, vous bénéficiez d'un module e-learning de 3 heures qui vous permet de consolider vos acquis et d'explorer de nouvelles compétences. Le Learning Boost comprend une connexion accompagnée et un quiz de validation des acquis

Suivi

- Pendant 3 mois après la formation, les participants bénéficient d'un suivi personnalisé asynchrone auprès du formateur par courriel

- Ils reçoivent des feedbacks et des conseils personnalisés en relation avec les sujets abordés en formation
- M2i vous propose d'approfondir vos nouvelles compétences acquises grâce aux options disponibles

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

Options disponibles

Coaching

+500 €

- 2 séances individuelles d'1h par téléphone ou en visio

Classe virtuelle

+590 €

- Séance de 3h en distanciel
 - Partage de retours d'expériences
 - Questions / réponses avec votre formateur

Modalités d'évaluation des acquis

- En cours de formation, par des mises en situation contextualisées évaluées
- 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. Les détails de l'accueil des personnes en situation de handicap sont consultables sur la page Accueil et 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 11 jours ouvrés.