

Management commercial

Piloter l'activité commerciale avec les tableaux de bord

2 jours (14h00) | ★★★★★ 4,6/5 | DCMG-TB | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel ⁽¹⁾

Formations Management > Développement commercial > Management commercial



À l'issue de ce stage vous serez capable de :

- Elaborer vos tableaux de bord de pilotage de la performance commerciale
- Faire adhérer vos équipes commerciales au processus reporting.

Niveau requis

Cette formation ne nécessite pas de prérequis.

Public concerné

Directeurs et managers commerciaux, account managers et key account managers pour qui le pilotage de l'activité commerciale est une priorité quotidienne.

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.

(1) Modalité et moyens pédagogique :

Formation délivrée en présentiel ou distanciel * (e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance). Le formateur alterne entre méthodes ** démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation). La validation des acquis peut se faire via des études de cas, des quiz et/ou une certification.

Les moyens pédagogiques mis en oeuvre (variables suivant les formations) sont : ordinateurs Mac ou PC (sauf pour les 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.

* Nous consulter pour la faisabilité en distanciel. ** Ratio variable selon le cours suivi.

Programme

Introduction

- Présentation de chacun
- Attentes et objectifs visés de chaque participant
- Présentation de la formation

Les fondamentaux de la Gestion des Processus Métier (BPM)

- Environnement optimal
 - Formalisation des objectifs
 - Système "Process Centric" et "Human Centric"
- Les stratégies correspondantes
- BPM et ventes indirectes
- Cycles de vente et repositionnement dans la stratégie de développement et le contexte de l'entreprise

Les douze étapes de la méthode PCHC pour mettre en oeuvre un projet de BPM

- Points d'intervention et variables d'action
- Lien BPM / terrain : une adéquation fondamentale
- Suivi du BPM
 - Validation des critères
 - Suivi de l'évolution des performances

Les cinq points essentiels pour créer un tableau de bord de pilotage de la performance commerciale

- Les Key Performance Indicator
 - KPI et objectifs
 - Process de validation des KPI
 - Comment choisir des marqueurs pertinents ?
 - Comment suivre l'évolution de ces marqueurs ?
- Les cinq recommandations pour choisir un indicateur-clé de performance KPI
 - Mise en oeuvre des KPI en fonction des objectifs de développement
 - Qu'est-ce qu'un bon KPI ?
 - Méthode SMART applicable aux KPI
- Construire vos tableaux de bord
 - Planification de la mise en oeuvre du système de pilotage commercial
 - Contenu et suivi des indicateurs-clés de performance
- Les principales causes d'échec dans les choix et la mise en oeuvre des KPI
 - Pourquoi certains KPI, pourtant bien adaptés au contexte et à la stratégie de l'entreprise, ont finalement peu d'impact ou sont peu crédibles ?
 - Comment faire adhérer l'équipe au système de reporting et au process de pilotage choisis ?
- Le Plan d'Action Commerciale
 - Impératifs de reporting face aux ventes à cycle long auprès des grands comptes et multinationales
 - Comment impliquer les N+1 ?
 - Marqueurs portant sur la gestion d'un portefeuille client
 - Identifier les zones de pouvoir et les zones d'influence
 - Maîtriser la vision systémique des acteurs

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
- Bilan oral et évaluation à chaud

Modalités d'évaluation des acquis

L'évaluation des acquis se fait :

- En cours de formation, par des mises en situation contextualisées évaluées
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation ou une certification (M2i ou éditeur)