

## ❖ Objectif :

Permettre à des commerciaux qui évoluent vers l'encadrement d'une équipe d'apprendre à animer et à gérer une équipe de vente.  
Stimuler la motivation de chacun de ses collaborateurs  
Créer et renforcer l'esprit d'équipe  
Concevoir et animer des réunions motivantes  
Résoudre les cas difficiles en management

## ❖ Profil du participant :

Cadres, Directeur commercial, Responsable commercial, chefs de vente, animateurs de réseaux, managers d'équipe de vendeurs, télévendeurs

## ❖ Pré requis :

Avoir suivi la formation « Mieux communiquer »

## ❖ Durée :

2 jours

## ❖ Dates :

Consultez notre site web :

[www.magnetic-formation.com](http://www.magnetic-formation.com)

## ❖ Lieu :

Lille, Valenciennes ou Douai

## ❖ Prix :

840 € HT par personne

## ❖ Documents remis :

Support pédagogique et attestation de stage à chaque participant  
Synthèse des évaluations de fin de formation aux entreprises

## Contenu pédagogique

### La force de vente

Connaître le rôle de la force de vente et son évolution  
Appréhender les différentes structures et organisations de la force de vente, les composantes de la force de vente (nombre et profils des vendeurs)  
Mettre en place les outils, les tableaux de bord  
Evaluer les potentiels et adapter les moyens à la cible visée  
Mettre en place le plan d'action commerciale  
Déterminer le budget et suivre les objectifs

### L'animation et la gestion des équipes de vente

Identifier le rôle et les missions de l'encadrement (recruter, former et animer)  
Définir un système de rémunération et d'intéressement  
Evaluer et former en permanence les vendeurs  
Maîtriser l'organisation et la gestion du temps (préparer ses tournées, exploiter les fichiers)  
Animer son équipe et adopter le coaching  
Déléguer et stimuler  
Contrôler quantitativement et qualitativement  
Conduire les entretiens de suivi

### Exercer un management reconnu par l'équipe

Valider son positionnement par rapport à l'équipe  
Susciter la participation et développer l'esprit d'équipe  
Adapter son mode de management à ses objectifs et au profil de chaque collaborateur : le management situationnel.  
Intégrer les émotions dans le travail : interpréter et traiter efficacement les émotions des collaborateurs.  
Connaître et accepter ses propres mécanismes émotionnels.

### Motiver au quotidien

Savoir féliciter sans en faire trop  
Ecouter, informer : choisir le juste ton.  
Faire accepter des objectifs ambitieux  
Proposer une mission, un plan d'action.  
Stimuler et casser la routine.  
Susciter et valoriser les idées, encourager.  
Adapter sa communication pour répondre aux ressorts personnels de chacun

### S'entraîner à résoudre les cas difficiles

Réagir aux symptômes de démotivation.  
Utiliser les techniques d'assertivité pour s'affirmer sans casser la relation avec le vendeur.  
Savoir dire non, savoir prendre des décisions impopulaires.  
Faire respecter procédures et règles du jeu.  
Réagir face à des résultats insuffisants.  
S'appuyer sur l'expression des émotions pour résoudre les conflits ou les insatisfactions.  
Animer des vendeurs routiniers ou peu engagés.

## Méthode pédagogique

Apports théoriques et méthodologiques, études de cas variées et échanges entre les participants.