HM FORMATION

Programme de formation

Développer ses performances de manager commercial

Durée : 35 h

Objectifs : Recruter une équipe commerciale, concevoir une fiche de poste et une annonce pour le recrutement d'un commercial, mener l'entretien d'embauche, faire la sélection du commercial.
Intégrer le commercial à l'équipe, mettre en confiance son équipe et la motiver en utilisant des techniques de communication et de management, identifier les types de personnalité des collaborateurs afin d'interagir facilement, éviter les mécanismes déclencheurs du stress négatif, et développer des stratégies individuelles utilisables pour optimiser la disponibilité intellectuelle et émotionnelle compromise par les stress négatifs.

Pré-requis :

- Une très bonne connexion internet est requise pour le format distanciel synchrone
- Connaissance des bases des techniques de vente.

Public : Toute personne amenée à manager une équipe commerciale.

Modalités techniques, pédagogique et d'encadrement :

En format présentiel :
Salle équipée avec video-projecteur (ou TV) et paperboard. Connexion WIFI.
En cas de formation intra-entreprise, les moyens techniques décrits ci-dessus doivent représenter une référence idéale.

En format distanciel : synchrone avec le formateur via Zoom ou outil équivalent (télé-présentiel).

Autodiagnostic
Test de personnalité
Méthode interactive
Ateliers et mise en situation autour de cas pratiques
Jeux de simulation et jeux de rôles filmés
Débriefing et commentaires points forts/pistes d'amélioration
Conseils personnalisés

Modalités d'évaluation des connaissances ou d'appréciation des résultats de l'action de formation : Tests pratiques complété par une auto-évaluation des acquis de formation.

Modalité d'évaluation de l'appréciation des participants : Fiche d'évaluation à chaud à l'issue de la formation. Et à froid plusieurs mois après la formation pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle.

Modalité de suivi de l'action de formation : Feuille d'émargement co-signée par demi-journée ou séance de formation.

Détail du programme :

HM FORMATION

IDENTIFIER LES OBJECTIFS DE RECRUTEMENT

Les besoins de l'entreprise
Le profil du candidat
Les conditions liées au poste
Les valeurs de l'entreprise

DE LA FICHE DE POSTE A L'ANNONCE

La typologie des commerciaux
Les qualités essentielles d'un commercial
La rédaction de la fiche de la poste
La rédaction de l'annonce
Le choix des supports de communication et de recherche
Ateliers

LA PRE-SELECTION DU COMMERCIAL

Qu'est-ce qu'un chargé de recherche ?
Savoir concevoir la grille de recherche d'un CV
La réponse aux candidats non retenus
L'éventuel appel de pré-sélection
Ateliers

PREPARATION DE L'ENTRETIEN D'EMBAUCHE

La convocation aux candidats retenus
Conception de la grille de questions de l'entretien
Conception de la grille du commercial à retenir
La préparation logistique de l'entretien
Déterminer les étapes du processus de recrutement
Déterminer les deadlines du processus de recrutement
Ateliers

MENER L'ENTRETIEN D'EMBAUCHE

L'accueil du commercial
La présentation de la valeur d'entreprise
Présentation de l'objectif du poste
Faire parler le commercial
Interroger le commercial
Recentrer la conversation
Mise en situation
Ateliers

L'APRES-ENTRETIEN

Débriefing et analyse des candidats reçus
Choix de la short list
Rédiger sous Excel un tableau de synthèse
Convocation éventuelle d'un deuxième entretien
Réponse aux candidats non retenus
Ateliers

PREVOIR L'INTEGRATION DU COMMERCIAL

Former ou désigner le tuteur ou le manager commercial
Accompagner la prise de fonction
Fixer les objectifs de la mission

LA NOTION D'EQUIPE COMMERCIALE

Qu'est-ce qu'une équipe ?
L'équipe commerciale
Les différents rôles dans une équipe commerciale

HM FORMATION

DEVELOPPER SON IMAGE DE LEADER

Qu'est-ce qu'un leader ?
Quels types de leader êtes-vous ?
Tests

COMMENT MOTIVER UNE EQUIPE COMMERCIALE

Qu'est-ce que la motivation ?
La motivation et le manager commercial
Les 9 théories de la motivation
Ateliers et tests

LA DYNAMIQUE DE GROUPE

Qu'est-ce qu'une synergie ?
Savoir créer une dynamique de groupe
Rediriger l'énergie négative vers une dynamique positive
Adopté son style de management à chaque commercial
Savoir déléguer
La valorisation collective des résultats

PILOTER SON EQUIPE

Savoir présenter les objectifs commerciaux
Partager l'information
Planifier les activités commerciales
Savoir présenter les outils de pilotages
Savoir mener un entretien individuel
Ateliers

INTRODUCTION A LA PROCESS COMMUNICATION

Présentation de Taibi Kahler
Qu'est-ce que la Process Communication ?

LES 6 TYPES DE PERSONNALITES

Empathique
Travaillomane
Persévérant
Rêveur
Promoteur
Rebelle

LES CANAUX DE COMMUNICATION

Le canal nourricier
Le canal directif
Le canal interrogatif
Le canal ludique

LES MODE DE PERCEPTION

Les émotions
Les opinions
Les pensées
L'action
La réaction

LA MECOMMUNICATION ET LE STRESS

Les niveaux de stress
Les trois masques (attaquant, blâmeur et geignard)
Les besoins psychologiques de chaque type de personnalité
Utilité de la Process communication en gestion de stress : La compréhension et la réponse aux attentes de notre interlocuteur

HM FORMATION

ATELIERS

Sanction de la formation : Attestation de formation (L.6353-1 du Code du travail)