

## Animer, entraîner et motiver par les résultats

Une fois les objectifs commerciaux fixés, les moyens et les règles pour les atteindre mis en place, chaque manager mesure régulièrement les résultats et les efforts accomplis. Cette mesure permet de localiser les écarts et doit être utilisée comme tremplin pour entraîner et motiver son équipe.

Il est nécessaire au manager de cadrer les différentes interactions avec son équipe, de prévoir des supports partagés et des moments d'échanges. Ces temps de management sont autant d'occasions d'animer et de faire progresser chacun en entretenant une dynamique d'équipe.

Une formation pour affiner et libérer son management et inscrire son équipe dans une trajectoire de progrès.

### POINTS FORTS

Une prise de recul sur son action managériale

### OBJECTIFS

Renforcer sa posture de manager

Accompagner les réalisations pour mieux piloter l'activité

Installer son équipe dans une dynamique de progression

## INFOS PRATIQUES

Formation professionnelle inter-entreprises personnalisable en intra-entreprise

Durée : 1 jour (7 h) en présentiel

Groupe de 8 participants maximum

Prérequis : Être un manager en poste



### PROFILS

Dirigeant, responsable commercial, responsable de site ou d'agence

Réf. FM03

Prix INTER : 690 €HT (Dates et disponibilités sur demande)

Package INTRA : 1 290 €HT (Dans vos locaux : Groupe de 8 personnes maximum)

## MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Dialogue, partages d'expériences, échanges en plénière, mises en situation, tests d'autodiagnostic.

## FORMATEURS

Nos consultants formateurs et animateurs sont des experts reconnus de l'action commerciale. Ils interviennent régulièrement en entreprise pour animer et piloter des actions de développement aux côtés des forces de vente.

# Programme de la formation

## Introduction

Un autodiagnostic pour se situer et préciser ses attentes.  
Echange d'expériences

### 1 Partager une vision avec l'équipe

Les orientations commerciales de l'entreprise  
Valoriser l'existant  
Mettre en avant les avantages pour les clients, l'entreprise et les commerciaux  
Reconnaître les obstacles au commerce et à l'organisation commerciale

### 2 Piloter les réalisations

Définir des objectifs intermédiaires réalisables, mesurables et acceptés  
Susciter l'engagement de réalisation  
Montrer la norme en termes de productivité commerciale  
Mettre en place des plannings d'actions concertés  
Elaborer les tableaux de suivi commerciaux  
Utiliser les entretiens et réunions pour recadrer en motivant

### 3 Les voies de progrès

Bâtir des opérations commerciales spécifiques et attractives  
Partager un plan de développement  
Entraîner pour réussir l'analyse quali / quanti du portefeuille clients  
Faciliter les échanges grâce aux techniques de questionnement et de reformulation  
Aider le collaborateur à clarifier son projet professionnel  
Le compte rendu, un outil de management

Moi au sein du groupe, je fixe mon propre CAP (le Cadre de mon Action de Progrès) et je m'engage dès maintenant dans sa réalisation sur le terrain.