

## Dynamiser son équipe avec un tableau de bord partagé

Rendre accessible un tableau de bord à jour des résultats, c'est doter son équipe d'un visuel immédiat sur sa progression. Ainsi mis en évidence en toute transparence, les résultats individuels et collectifs deviennent un puissant outil d'analyse et de motivation.

Expliquer, définir et montrer les indicateurs de performance pour qu'ils soient compris et approuvés de tous, c'est se doter d'un moteur de progrès.

Le bon choix des indicateurs et leur visualisation va permettre à chacun de mesurer en temps réel son niveau d'action et ainsi ajuster ses priorités.

### POINTS FORTS

Une formation interactive pour faire éclore ses propres solutions

Un suivi téléphonique hebdomadaire pendant 5 semaines

### OBJECTIFS

Partager un tableau de bord commercial approuvé de tous

Un outil d'analyse et de diagnostic accessible et disponible

Un outil de communication pour susciter la performance.

## INFOS PRATIQUES

Formation professionnelle inter-entreprises personnalisable en intra-entreprise

Durée : 1 jour (7 h) en présentiel

Groupe de 6 participants maximum

Prérequis : La connaissance et la pratique des fondamentaux du management.



### PROFILS

Chef des ventes, manager d'équipe, directeurs d'agence...

Réf. FM07

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, recherche collective de solutions.

## 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 Montrer que mesurer c'est accompagner

Communiquer vers son équipe « pourquoi un outil de pilotage ? »  
Montrer le tableau de bord commercial et ses indicateurs  
Un support d'échanges interactifs pour progresser  
Impliquer et provoquer l'adhésion

### 2 Identifier les étapes clés du résultat

En prospection  
Dans le suivi clients  
Dans les étapes charnières du cycle de vente

### 3 Choisir les indicateurs et les ratios d'activité pertinents

Des indicateurs simples qui font l'unanimité  
Des chiffres qui parlent à tous

- Quantitatifs (C.A., marge, progression, nombre de visites...)
- Qualitatifs (Satisfaction clients, qualité du retour d'informations, étapes du cycle de vente, ...)

### 4 Organiser le pilotage de l'activité

Des tableaux de bords individuels  
Un tableau de bord récapitulatif et collectif

- Des outils de management accessibles et visibles en permanence
- Mettre en place et mener des entretiens individuels périodiques

### 5 Motiver et challenger

Communiquer les chiffres et partager l'information pour progresser.  
Montrer et encourager les bonnes pratiques  
Créer des visuels qui interpellent pour féliciter et motiver  
Faire de l'entretien individuel périodique un rituel incontournable

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.