

EMBARQUER VOS ÉQUIPES DANS LA STRATÉGIE COMMERCIALE

PROGRAMME DÉTAILLÉ

Exprimer la stratégie commerciale de l'entreprise

- Faire partager sa vision : enjeux, contexte de changement, évolution de l'environnement concurrentiel, position stratégique de l'entreprise et opportunités de développement.
- Savoir expliquer le cap et les priorités de cette stratégie avec la technique SCORE : situation actuelle, explications, objectifs de développement, plan d'action mis en œuvre, résultats attendus, donner du sens.
- Comment favoriser l'implication et l'engagement de chacun dans la réussite du développement de l'entreprise ou de son service dans le cadre RSE ?
- Créer des ateliers de travail collaboratif par sujet concernant la mise en œuvre du plan d'action.
- Associer les compétences de tous ou de chacun pour atteindre la réussite collective.

Mesurer les impacts de la dimension commerciale pour son équipe

- Identifier les compétences dans l'équipe et les expériences indispensables pour la réalisation du projet.
- Définir le plan d'action permettant à l'équipe de développer et consolider les compétences techniques, relationnelles et organisationnelles nécessaires à la performance.
- Élaborer les objectifs SMARTER, les rôles et missions des acteurs et les critères permettant de mesurer l'atteinte des résultats.
- Bâtir et partager les outils de reporting, tableau de pilotage de l'action commerciale : accompagner et piloter son équipe commerciale, mesurer les écarts, analyser les performances, échanges avec vos commerciaux...

Identifier et trouver les ressources au sein de l'équipe

- Comment mobiliser les compétences et les appétences pour impliquer son équipe dans le projet.
- Identifier les personnes clés qui vont aider au déploiement de la stratégie et embarquer les collaborateurs résistants ou opposants.
- Mettre en place le plan de communication et de formation ainsi que les moyens techniques nécessaires à l'accompagnement des collaborateurs.
- Donner l'impulsion par l'organisation d'une grande réunion projet associant tous les acteurs.

OBJECTIFS DE FORMATION

Exprimer la stratégie commerciale de l'entreprise.

Mesurer les impacts (bénéfices/risques) de la dimension commerciale pour son équipe.

Identifier et trouver les ressources au sein de l'équipe.

Créer une dynamique collective pour mobiliser son équipe.

PUBLICS CONCERNÉS

Toute personne en charge de mettre en place une organisation commerciale au sein de l'entreprise.

PRÉREQUIS

Connaître la stratégie commerciale de l'entreprise.

DURÉE

2 jours ou 14 heures +

1 heure de suivi par visioconférence à 45 jours du séminaire.

Accès à la plateforme Activ'learning.

INTERVENANT

20 ans d'expérience en Marketing, stratégie commerciale, communication et management commercial

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Tests d'évaluation avant/après.

Remise d'une attestation de fin de formation.

Créer une dynamique collective pour mobiliser son équipe

- Comprendre le processus motivationnel selon Vroom, repérer les sources de motivation.
- Utiliser les 3 leviers de la motivation : stimulation (challenges...), animation (réunion de travail, formations) et mobilisation (faire adhérer aux valeurs). Instaurer un esprit d'équipe fort : RDV rituels, pêche aux idées et développement des échanges pour développer les ambitions de l'équipe.
- Développer son leadership d'engagement : savoir être moteur, enthousiaste, pour communiquer son énergie et ses convictions dans l'action en s'impliquant dans un volet professionnel.
- Suivre la progression et valoriser les efforts fournis, écouter son équipe et adapter son plan d'action.
- Faire face à la démotivation et savoir traiter les situations difficiles (conflits...).

Bâtir votre plan d'action en vue du suivi post-formation

Méthodes et moyens pédagogiques

- Alternance d'apports et de démonstrations.
- Business case
- Jeux de rôle et ateliers de pratique.

