

# 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 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.

