

Responsable commercial

-Référence: **CV-67**

-Prix: **4500 €/P**

-Durée: **5 Jours (30 Heures)**

Les objectifs de la formation

- Acquérir les outils de l'analyse stratégique.
- Batir sa stratégie commerciale.
- Choisir et déployer les meilleures solutions de commercialisation.
- Créer les conditions de la réussite sur le terrain.
- Optimiser la rentabilité des ventes et la productivité de sa force de vente.
- Développer un comportement de leader pour donner la direction et engager les équipes commerciales dans l'action.
- Motiver durablement en utilisant les outils RH.
- Investir sur les hommes et développer leurs compétences.

A qui s'adresse cette formation ?

POUR QUI :

- Directeur commercial récent dans sa fonction. Directeur des ventes, responsable de centre de profit. Manager des ventes appelé à évoluer vers un poste de directeur commercial.

PRÉREQUIS :

- Aucun.

Programme

- **PARTIE 1 : Acquérir les outils de l'analyse stratégique (2 jours)**
 - 1 – Positionner les enjeux du poste de directeur commercial
 - Typologie des structures d'entreprise : identifier les conséquences sur les missions.
 - Repérer les enjeux commerciaux de la collaboration interservices.
 - Mesurer l'impact financier de l'activité commerciale sur l'entreprise.
 - 2 – Contribuer au diagnostic stratégique de l'entreprise
 - S'approprier les principes et outils stratégiques essentiels :
 - - la segmentation stratégique ;
 - - les stratégies concurrentielles ;

- - l'attractivité d'un secteur.
 - Analyser la compétitivité commerciale.
 - Apprécier la position concurrentielle de l'entreprise.
 - Équilibrer risque, rentabilité et croissance.
 - Connaître les différentes matrices d'analyse stratégique : avantages, spécificités.
 - Appliquer la matrice SWOT sur un cas d'entreprise.
 - 3 – Construire la politique commerciale
 - Établir les axes d'effort :
 - - consolider : la fidélisation ;
 - - développer : la conquête.
 - Dimensionner les effectifs commerciaux.
 - Mesurer l'activité et la performance.
 - Adapter les conditions commerciales.
 - Établir les prix : prendre conscience de l'impact du prix sur le résultat.
 - Mise en application pratique :
 - Construire sa politique commerciale.
- **PARTIE 2 : Déployer la politique commerciale sur le terrain (1 jour)**
 - 1 – Organiser l'activité de sa force de vente
 - Élaborer le budget de son activité.
 - Choisir le(s) mode(s) de distribution :
 - - force de vente directe, e-commerce ;
 - - réseau de distribution ;
 - - fixer les objectifs ;
 - - individualiser, faire s'approprier ;
 - - communiquer l'objectif.
 - Ritualiser le suivi de l'activité commerciale.
 - 2 – Piloter la performance de son activité commerciale
 - Construire ses outils de suivi et le tableau de bord.
 - Développer l'efficacité commerciale :
 - - information commerciale : le CRM ;
 - - outils d'aide à la vente ;
 - - utiliser le social selling.

- Élaborer les plans d'action commerciaux :
 - - les rubriques et indicateurs du plan d'actions ;
 - - le marketing opérationnel : les actions de promotion.
 - Ancrer outils et esprit de reporting : contrôler, anticiper, progresser.
- **PARTIE 3 : Diriger son équipe par son leadership et sa communication (1 jour)**
 - 1 – Développer son potentiel de leader
 - Diagnostic comportemental :
 - repérer ses atouts.
 - Définir le leadership, ses fondements, ses bonnes pratiques.
 - 2 – Construire une vision de l'avenir claire et mobilisatrice
 - Donner du sens, susciter l'adhésion en rassemblant la force de vente autour d'une vision partagée.
 - Relier la vision aux défis commerciaux à relever et aux plans d'action engagés.
 - 3 – Communiquer en leader
 - Faire partager sa passion, son enthousiasme.
 - Assurer la cohérence de sa communication avec la force de vente.
 - Maîtriser la communication avec la direction, les actionnaires : faire passer ses messages, entendre les leurs, amortir la pression.
 - 4 – Faire face avec assurance : changement, conflit...
 - Surmonter les résistances au changement :
 - les clés de la communication en situation de changement.
 - Gérer efficacement les situations de conflits.
 - Savoir recadrer.
 - 5 – Activité à distance
 - Un module e-learning : « Favoriser le développement de vos collaborateurs avec GROW ».
- **PARTIE 4 : Manager les hommes pour motiver, avec une approche RH structurée (1 jour)**
 - 1 – Maîtriser les principes d'un management commercial motivant
 - Comprendre et utiliser l'approche « systémique » du management motivant.
 - 2 – Agir sur les objectifs commerciaux et le système de rémunération pour motiver durablement
 - La cohérence entre les objectifs commerciaux et les rémunérations.
 - Les systèmes de rémunération motivants.
 - Mettre en place un nouveau mode de rémunération.

Programme

- 3 – Évaluer et contrôler ses équipes pour les faire progresser
- L'entretien annuel d'évaluation : comment le mener, pièges à éviter, conseils pratiques.
- L'entretien professionnel.
- Mettre en place le coaching permanent : construire un référentiel de compétences évolutif.
- 4 – Intégrer les points clés du droit du travail
- Formaliser les contrats de travail.
- Les erreurs lourdes de conséquences en cas de contentieux.
- Comment résoudre les situations difficiles : sanctions, licenciements, transactions.



(+212) 5 22 27 99 01



(+212) 6 60 10 42 56



Contact@skills-group.com

Nous sommes à votre disposition :
De Lun - Ven 09h00-18h00 et Sam 09H00 – 13H00

Angle bd Abdelmoumen et rue Soumaya, Résidence Shehrazade 3, 7ème étage N° 30
Casablanca 20340, Maroc