



13  
Jours

## Directeur commercial - Coursus métier

dans COMMERCIAL - METIERS DE LA VENTE / Réf : CIAL-METI-06

### Objectifs de la formation

- Élaborer et mener la politique commerciale de l'entreprise
- Optimiser la rentabilité des ventes et la productivité de sa force de vente
- Développer des outils de suivi commercial et de conquête de nouveaux clients
- Développer votre leadership et donner la bonne direction à vos équipes
- Motiver durablement et développer les compétences

### Programme de la formation

A l'issue de la formation, les participants seront préparés à :

#### La stratégie commerciale - 3 jours

#### 1. Analyser le marché de l'entreprise et son environnement

- Analyse macro et micro économique : PESTEL
- Analyse de la position concurrentielle
- Utilisation des outils de segmentation
- Définir son portefeuille produit
- Chiffrer croissance et rentabilité
- Établir une matrice SWOT
- Utiliser les différentes matrices du marketing : Porter, BCG

#### 2. Définir la stratégie commerciale de l'entreprise

- Diagnostic interne de ses forces et faiblesses commerciales
- Dimensionner les effectifs commerciaux
- Utiliser les matrices de positionnement
- Visualiser le marché : les outils d'analyse (tests, panels, sondages)
- Définir les choix de stratégies possibles : domination, différenciation, concentration
- Fidélisation ou conquête
- Choix du positionnement stratégique : vente terrain, grands comptes, centre d'appel...



- Établir les prix : prendre conscience de l'impact du prix sur le résultat
- Mener une politique de prix cohérente avec la stratégie et les cibles
- Élaborer les outils de contrôle

## Déployer et suivre le plan d'action commercial - 2 jours

### 3. Analyser pour mise en action sur le terrain

- Définir et piloter le budget de son activité
- Définir des objectifs et les hiérarchiser matrice d'Eisenhower
- Chiffrer les objectifs
- Définir son portefeuille client
- Choisir les modes de distribution
- Hiérarchiser les priorités d'actions par segment de clientèle et/ou par canal de distribution
- Communiquer le plan d'action à la direction et à ses équipes
- Élaboration et pilotage d'un PAC

### 4. Organiser sa force de vente

- Calculer les effectifs nécessaires pour atteindre ses objectifs
- Définition des priorités et des différents types de tâches, postes et missions
- Assurer le recrutement d'une équipe commerciale

### 5. Prioriser son suivi d'activité

- Construire ses outils de suivi et le tableau de bord
- Développer des outils d'aide à la vente : CRM
- Surveillance des indicateurs-clés : Volume de ventes, marges, trésorerie
- Définir un cahier des charges commercial
- Outils de reporting : contrôler, anticiper, progresser
- Gérer et anticiper les risques clients et impayés
- Maîtriser les outils d'analyse de l'évolution du marché : tests, panels
- Repérer les besoins du marché et tendances
- Suivre l'évolution des produits, des gammes et des familles de clients

## Le management commercial - Diriger et motiver son équipe - 3 jours

### 6. Distinguer un management commercial motivant



- Comprendre l'importance relationnelle du manager
- Analyser les différentes personnalités de son équipe et les comportements associés
- Repérer les forces et points de progrès en matière de compétences
- Repérer les leviers de motivation et les facteurs de démotivation
- Identifier les bons profils
- Lancer un recrutement efficace pour asseoir la complémentarité de l'équipe
- Anticiper, prévenir et gérer les conflits
- Donner confiance
- Développer l'esprit d'équipe
- Apprendre à déléguer

## 7. Appliquer un système de rémunération motivant

- Définir des objectifs mesurables et cohérents : Objectifs SMARTER
- Cohérence entre les objectifs commerciaux et les rémunérations
- Assurer un contrôle et un suivi de son équipe
- Conseils pratique sur la communication des résultats de l'équipe
- Construire un référentiel de compétences
- Réussir l'entretien annuel d'évaluation : comment le mener, pièges à éviter, conseils pratiques
- Mettre en place l'entretien de professionnalisation

## 8. Identifier les bases du droit du travail

- Différents types de contrats de travail
- Formation et rupture des contrats de travail
- Conséquences financières en cas de contentieux
- Comment résoudre les situations difficiles : sanctions, licenciements, transactions

## La communication et le leadership - 2 jours

## 9. Définir son potentiel de leader

- Définition du fondement du leadership et de ses incontournables
- Repérer ses atouts et faiblesses
- Développer son Leadership personnel
- Maîtrise des techniques comportementales
- Gérer ses émotions, rester factuel et mobilisateur

## 10. Agir et communiquer en leader



- Analyser les conséquences en matière d'assertivité
- Susciter l'adhésion autour d'une vision commune et acceptée de tous
- Relier la vision aux défis commerciaux à relever et aux plans d'action engagés
- Comprendre le groupe et ses réactions
- Faire partager sa passion, son enthousiasme
- Assurer la cohérence de sa communication avec la force de vente
- Maîtriser la communication avec sa direction

## 11. Gérer les conflits

- La communication face aux changements
- Repérer et comprendre les jeux d'acteurs qui peuvent s'installer
- Gérer efficacement les situations de conflits
- Savoir recadrer

## Réussir ses interventions - 2 jours

## 12. Gérer les réunions commerciales et la prise de parole en public

- Organiser des réunions commerciales efficaces
- Animer des points fixes quotidiens
- Utiliser et maîtriser les techniques de prise de parole en public
- Savoir-faire et savoir-être un mélange gagnant pour capter l'attention et l'adhésion de son auditoire
- Recadrer, s'affirmer, se faire respecter

## 13. Gérer les grands comptes

- Suivre les clients stratégiques pour l'entreprise
- Mener les négociations pour la signature de nouveaux contrats
- Être le 1er représentant commercial de l'entreprise
- Cultiver et mettre en place la valeur d'exemple dans le savoir-faire

## Test d'évaluation - 1 jour

- Étude de cas pratique
- Mise en situation jeux de rôles
- Débriefing auto-évaluation
- Définir les axes d'améliorations



## Pré-requis

Une expérience significative dans l'activité commerciale ou marketing est nécessaire

## Public cible

Toute personne souhaitant découvrir le métier de Directeur commercial

## Pédagogie

### Méthodes pédagogiques

- Notre pédagogie est adaptée aux participants et aux spécificités de leur métier. Le stagiaire, au centre du processus d'apprentissage, pourra interagir avec le formateur et les autres participants en faisant part de ses expériences.
- La pédagogie que nous mettons en avant favorise l'assimilation par des outils variés, tels que le jeu pédagogique ou la mise en situation. Véritables leviers de motivation, ces outils interviennent en complément des savoirs transmis directement par le formateur, et permettent à ce dernier de s'inscrire dans une démarche de facilitateur et d'intermédiaire dans l'apprentissage.

### Modalités d'évaluation

- Les acquis des participants seront mesurés tout au long de la session de formation.
- L'évaluation privilégiera l'aspect formatif et les interactions participant/formateur. Elle pourra éventuellement prendre l'aspect d'un QCM.
- Une attestation de fin de formation reprendra l'ensemble des objectifs pédagogiques de la formation et sanctionnera l'acquisition des savoirs du participant.

