

DIRCO#2 – Organisation et Pilotage**OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES**

Être capable d'organiser et piloter sa direction commerciale ou son équipe commerciale.

ENJEUX

Se perfectionner.

PUBLIC CONCERNÉ

Dirigeants, Directeur
Commercial, Commerciaux
seniors.

PRÉ-REQUIS

Expérience professionnelle dans
un environnement de direction
d'entreprise ou de direction
commerciale ;

Avoir suivi le module Stratégie de
la Boite à outils du DirCo.

**DURÉE DE LA FORMATION ET
MODALITÉS
D'ORGANISATION**

Durée : 7 heures (9H00/17h30)

Stagiaire : 12 max

Mode : inter ou intra

LIEU DE LA FORMATION

Intra : Site de l'entreprise.

Inter : centre d'affaire.

CONTENU DE LA FORMATION

Organisation commerciale :

- Mener le diagnostic d'une direction commerciale
- Répartir et dimensionner sa force commerciale
- Construire des objectifs collectifs et individuels
- Recruter et fidéliser les commerciaux

L'animation commerciale :

- Définir et gérer les KPI de performance
- Gérer le pipe commercial et les prévisions de vente
- Évaluer la performance des commerciaux et les piloter pour les faire progresser
- Construire ses outils de suivi et tableau de bord

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Présentation exposée par supports digitaux et papier ;

Mise en pratique par des ateliers de simulation.

PROFIL DU(DES) FORMATEUR(S)

Directeur commercial, 20 ans d'expériences en
développement commercial et relation client ;

Intervenant à Toulouse Business School.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Exercices pratiques (seul ou en groupe)

Mise en situation

MOYENS TECHNIQUES

Salle de formation avec équipement de vidéo projection
et tableau

La Boîte à outils du DirCo — Organisation et Pilotage**PROGRAMME DETAILLE**

Atelier 1 : Check-up des participants sur leur pratique du management commercial

Cours 2 : L'organisation commerciale

- *Faire un diagnostic des forces commerciales et de leur performance*
- *Définir le plan de compte et la stratégie de compte / intensité*
- *Définir les objectifs collectifs et individuels*
- *Organiser les équipes commerciales et/ou les réseaux commerciaux*
- *Affecter les comptes et secteurs & définir les rôles et responsabilités*
- *Recruter et intégrer des commerciaux ; définir les systèmes de motivation*

Atelier 2 : Diagnostiquer la performance commerciale d'une direction commerciale

Atelier 3 : Comment répartir des commerciaux sur des comptes client

Cours 3 : Le Pilotage Commercial

- *Identifier le(s) processus de cycle de vente*
- *Définir le(s) éléments du tableau de bord et sa mise à jour*
- *Pilotage l'équipe commerciale & Motiver et insuffler l'énergie à l'équipe commerciale*
- *Définir et gérer les KPI de performance*
- *Manager le pipe commercial & Gérer les prévisions des ventes*
- *Analyser mon périmètre commercial et mes objectifs*

Atelier 4 : Améliorer une performance commerciale par le suivi de KPI adaptée

Atelier 5 : Plan de progrès Individuel sur l'organisation et le pilotage commercial

PERSONNALISATION :

Ce programme peut être adapté en fonction des besoins et attentes des stagiaires suite aux interviews et/ou questionnaires envoyés avant la formation. Les personnalisations de programme consistent à approfondir ou ajouter/supprimer certaines notions ; ou bien proposer des ateliers avec de nouvelles thématiques.