



Directeur commercial

Guidez vos équipes commerciales vers la réussite



Durée : 70 heures
10 jours



Lieu de formation
Dans votre entreprise
Au centre de formation



Pour qui ?

- ▶ Récent directeur commercial, directeur des ventes, manager des ventes.



Prérequis

- ▶ Une expérience significative dans le domaine du commerce et du marketing.



Enjeu

- ▶ Évoluer.



Objectifs

- ▶ Acquérir les outils de l'analyse stratégique.
- ▶ Bâtir sa stratégie commerciale.
- ▶ Choisir et déployer les meilleures solutions de commercialisation.
- ▶ Créer les conditions de 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 engager les équipes commerciales vers l'action.
- ▶ Motiver durablement en utilisant les outils RH.
- ▶ Investir sur les hommes et développer leurs compétences.



Points forts de la formation

- ▶ Le cycle est l'occasion de rompre l'isolement de votre fonction, de se confronter à d'autres secteurs d'activité, d'échanger sur vos pratiques et d'élargir votre réseau professionnel pendant la formation.
- ▶ Les outils du directeur commercial vus en formation sont communiqués à chaque participant favorisant leur mise en œuvre et déploiement auprès de vos managers et autres collaborateurs.



Une formation sur mesure

Toutes nos formations répondent à des besoins génériques et courants, cependant nous pouvons les adapter pour répondre à vos **attentes, vos préférences et vos disponibilités** :

Le lieu de formation : Dans vos locaux, salles de réunions indépendantes, ou toutes autres localisations souhaitées.

Le contenu : Formation standard ou sur mesure en fonction de vos besoins.

Tarif : Le tarif minimum d'une formation est de 980,00 euros HT/jour. Ce tarif ne tient pas compte de la personnalisation de l'enseignement, en fonction de votre niveau et de vos objectifs professionnels. Veuillez nous contacter pour obtenir un devis précis.

Délais : Notre délai moyen constaté pour le commencement de la formation est de 1 mois après votre inscription.

Handicap : Si vous avez besoin d'aménagements spécifiques (pédagogique ou physique), merci de prendre contact avec nous.

Pour de plus amples informations, n'hésitez pas à nous contacter par courriel ou par le biais de notre site internet.

Contactez-nous :



contact@possibility.fr



www.possibility.fr

Réf : FMA-02-0

Découvrez le programme
de formation générique 



Programme

Partie 1 : Acquérir les outils de l'analyse stratégique

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'analyses stratégiques : 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.



Programme

Partie 2 : Déployer la politique commerciale sur le terrain

1. Organiser l'activité de sa force de vente

- Élaborer le budget de son activité.
- Choisir le(s) modèle(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.
- Élaborer les plans d'action commerciaux : les rubriques et indicateurs du plan d'actions ; le marketing opérationnel : les actions de promotion.
- Ancrer outil et esprit de reporting : contrôler, anticiper, progresser.



Programme

Partie 3 : Diriger son équipe par son leadership et sa communication

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 son responsable, ses actionnaires : faire passer ses messages, entendre les leurs, amortir la pression.

4. Faire face avec assurance : changements, conflits

- Surmonter les résistances au changement : les clés de la communication en situation de changement.
- Gérer efficacement les situations de conflits.
- Savoir recadrer.



Programme

Partie 4 : Manager les hommes pour motiver, avec une approche RH structurée

5. Maîtriser les principes d'un management commercial motivant

- Comprendre et utiliser l'approche « systémique » du management motivant.

6. 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.

7. Évaluer et contrôler les commerciaux pour les faire progresser

- L'entretien annuel d'évaluation : comment le mener, pièges à éviter, conseils pratiques.
- L'entretien de professionnalisation.
- Mettre en place le coaching permanent : construire un référentiel de compétences évolutif.

8. Intégrer les points clé du droit du travail

- Formaliser les contrats de travail