

LE COACHING EFFICACE DES COMMERCIAUX



OBJECTIFS PEDAGOGIQUES.

Déterminer les compétences clés génératrices de résultats.
Identifier les progrès individuels et collectifs à obtenir.
Débriefer un entretien commercial, des résultats.
Sélectionner et mettre en place l'action de coaching la plus efficace.
Engager et donner l'envie de progresser.
Accompagner et entretenir le progrès grâce au coaching commercial.

DIAGNOSTIQUER LA PERFORMANCE DE SON ÉQUIPE COMMERCIALE.

Mettre en exergue les résultats factuels.
Analyser les comportements.
Détecter les facteurs clés de succès
et les dysfonctionnements.
Cerner les compétences clés associées à
la performance.

MESURER LES ÉCARTS PAR RAPPORT À UNE PERFORMANCE COMMERCIALE OPTIMALE.

Choisir ses indicateurs quantitatifs :
Ratios, tableaux de bord, leviers de
performance.
Construire ses outils de mesure
qualitatifs : la grille de compétences.
Faire de l'accompagnement-terrain
un véritable outil de mesure
de la compétence.

CONSTRUIRE LA RELATION DE COACHING AVEC SON VENDEUR.

Chercher à comprendre en pratiquant
un questionnement utile et productif.
Écouter et analyser les réelles
sources de décalage :
Compétence ou motivation ?
Se débarrasser des 7 dragons
qui perturbent l'écoute.
Adapter son coaching au degré
d'autonomie du vendeur.

METTRE EN OEUVRE UN PLAN DE PROGRÈS.

Négocier un Plan de Progrès
avec son vendeur :
S'accorder sur les objectifs, rester souple sur
les moyens.
Sélectionner les actions de coaching
commercial adaptées :
Mettre en place un binôme, une action de
formation : check-list et conseils ;
Utiliser la force de l'émulation collective
pour entraîner ses vendeurs ;
Animer un jeu de rôle : La méthode
séquentielle.

ACCOMPAGNER SON VENDEUR SUR LE PARCOURS DE L'AUTONOMIE.

Organiser le suivi : prévoir des points d'étape.
Accompagner sur le terrain pour mesurer le
chemin parcouru.
Réaliser des feed-back efficaces : "Faire dire"
plutôt que "dire".
Face au vendeur qui ne progresse pas :
Erreurs à éviter, réponses clés.
Encourager pour motiver durablement :
du "stroke" positif à l'entretien de félicitations.

PUBLIC :

Manager d'équipe de vente, chef des ventes, directeur
commercial, directeur des ventes, inspecteur,
animateur commercial ou responsable d'agences.
Animateur de réseaux déjà formé aux méthodes de manage-
ment, avec ou non un lien hiérarchique avec les commerciaux.

MÉTHODE PÉDAGOGIQUE :

Cette formation management d'équipe vous propose des
entraînements à partir de cas concrets apportés par les
participants : situations de réunion ou d'entretien
pour dynamiser les performances de leur équipe.