

# MANAGEMENT DES VENTES

## *Motiver - Diriger - Performer*

### Modalités pédagogiques

**Durée** : 21 heures, 3 jours

**Horaires** : 9h00-12h30 et 13h30-17h00

**Lieu** : Voir convention

**Participants** : 1 mini – 8 max

**Dates** : Voir convention

**Niveau** : Initiation

### Présentation de la formation

Une formation immersive de 3 jours pour transformer vos équipes commerciales, structurer votre stratégie et renforcer vos compétences en négociation.

Dans un environnement commercial en constante évolution, exceller ne se limite pas à vendre. Cela nécessite une vision claire, un leadership inspirant, et des techniques avancées pour convaincre et fidéliser vos clients.

Cette formation a été conçue pour répondre à ces enjeux en combinant des méthodes stratégiques, des outils de management et des techniques de management qui génèrent des résultats concrets.

### Objectifs de fin de formation

A la fin de la formation l'apprenant sera capable de :

- *Renforcer votre leadership*
- *Améliorer votre pilotage par les données*
- *Structurer votre stratégie commerciale*
- *Maîtriser les profils comportementaux*

### Public visé et Prérequis

Public visé :

Toute personne en situation de management d'un point de vente

Prérequis :

Avoir des missions de management des ventes au quotidien.

## Objectifs et contenus pédagogiques par demi-journée

### Jour 1

Matin

#### ÉLABORATION D'UNE STRATEGIE COMMERCIALE CLAIRE

- Comprendre les bases d'une stratégie commerciale
  - Analyse du marché et segmentation
  - Identification des opportunités et définition d'objectifs clairs
- Structurer un plan d'action à court, moyen et long terme
  - Construire un pipeline commercial efficace.
  - Allouer les ressources pour maximiser le ROI.

Mise en situation : Analyse de stratégies réussies dans différents secteurs.

Après-midi

#### INTRODUCTION AU MODÈLE DISC

- Connaître les 4 profils comportementaux : Dominant, Influent, Stable, Conscientieux.
- Identifier son propre profil pour adapter sa communication.
- Repérer les indices comportementaux des clients en magasin : langage verbal, ton, réactions.
- Étude de cas : face à face avec des clients simulés de chaque profil DISC.

Mise en situation : Jeux de rôles et travail personnel sur sa propre posture

### Jour 2

Matin

#### DÉVELOPPER UN LEADERSHIP EFFICACE ET COLLABORATIF

- Découvrir le leadership situationnel.
  - Adapter son style de leadership à la maturité des collaborateurs.
- Créer une dynamique d'équipe collaborative et performante
- Maîtriser les techniques d'engagement et de motivation
  - Mettre en place des rituels d'équipe (feedback, célébrations, etc.)
  - Gérer le désengagement et réduire le turnover.

Mise en situation : Cas pratique sur les postures de leadership, échange collectif

Après-midi

#### GESTION DE LA PERFORMANCE COLLECTIVE ET INDIVIDUELLE

- Construire des plans de progression personnalisés pour chaque collaborateur
- Connaître les techniques pour donner un feedback clair, précis et motivant.
- Maîtriser le pilotage par la data
  - Identifier les KPI commerciaux clés (conversion, rétention, cycle de vente).
  - Analyser les performances avec des outils (ex : Excel, Salesforce, ou HubSpot).
  - Créer des tableaux de bord pour visualiser les données efficacement.

Mise en situation : Études de cas, travail collectif et individuel sur la mise en place d'un tableau de bord simplifié pour piloter les performances de l'équipe

### Jour 3

Matin

#### TECHNIQUES AVANCÉES DE COMMERCIALISATION

- Appliquer la psychologie de la vente
  - *Exploiter les biais cognitifs (effet d'ancrage, preuve sociale, rareté).*
  - *Créer de la valeur perçue aux yeux du client.*
- Gérer des situations commerciales complexes
  - Anticiper et lever les objections majeures
  - Structurer des accords gagnant-gagnant qui fidélisent le client

Mise en situation : Jeux de rôles et réflexion sur les postures commerciales

Après-midi

#### GÉRER LES CONFLITS COMMERCIAUX

- Identifier les causes fréquentes des conflits dans les relations commerciales
- Désamorcer les tensions et restaurer la relation client
- Transformer une situation de conflit en opportunité de fidélisation

Mise en situation : Cas pratique autour des produits vendus en magasin.

### Moyens pédagogiques et techniques mis en œuvre

**Moyens pédagogiques :** La formation alternera théorie et pratique avec des exercices, cas pratiques et mises en situation. Un support de cours sera remis à chaque apprenant. À la fin de la session, un questionnaire à choix multiple permet de vérifier l'acquisition correcte des compétences.

**Moyens techniques :** Salle équipée de tables et chaises, connexion internet, vidéoprojecteur. Les apprenants sont invités à venir avec leur propre ordinateur portable.

### Moyens d'encadrement

Formateur spécialisé en gestion de centre de profit et en psychologie comportementale appliquée à la vente et à la gestion des organisations depuis 10 ans.

Consultant pour de grandes entreprises, il apporte une mixité entre savoir théorique et apport pratique issue de son expérience terrain dans la gestion de centre d'exploitation.

## **Modalités d'évaluation**

### **Avant la formation :**

Questionnaire de positionnement

Questionnaire des attentes individuelles

Un entretien individuel avec le formateur pour déterminer les besoins

### **Pendant la formation :**

Évaluations formatives : exercices, quizz, QCM et mises en situation tout au long de la formation pour tester vos connaissances et évaluer votre progression.

### **Fin de la formation :**

Évaluation des acquis afin de vérifier l'acquisition correcte des compétences

Questionnaire d'évaluation de la satisfaction

### **Six mois après la formation :**

Le stagiaire sera invité à remplir un questionnaire d'évaluation à froid.

## **Accessibilité aux personnes en situation de handicap**

Nous souhaitons que tout le monde puisse bénéficier et accéder à nos formations. C'est pourquoi, notre organisme de formation vous propose d'étudier les possibilités d'aménagement au cas par cas. Pour cela merci de contacter la Référente Handicap :

Guillaume Vergez – [guillaume.vergez@neuro-consulting.fr](mailto:guillaume.vergez@neuro-consulting.fr) – 06.37.30.32.23

**NEURO CONSULTING**

966 avenue Raymond Dugrand 34000 MONTPELLIER

Mail : [guillaume.vergez@neuro-consulting.fr](mailto:guillaume.vergez@neuro-consulting.fr) – Tél : 06.37.30.32.23

N° d'enregistrement 76341191634 auprès de la Préfecture de la région Occitanie

Siret : 92009725000012

Version A – 12/09/2024