



# Management des Commerciaux

Certaines entreprises préfèrent considérer le personnel comme une richesse, un avantage commercial. Leur démarche est la suivante : nos produits peuvent être concurrencés, nos tarifs ne sont pas les meilleurs... Cependant, l'entrain de nos salariés nous permet de conserver un standard de qualité pour nos prestations, il faut donc veiller à préserver la motivation des employés de notre entreprise.

En croisant les apports de la linguistique, de la cybernétique et de la psychologie cognitive, la PNL (Programmation Neuro-Linguistique) représente un ensemble de techniques visant à une meilleure compréhension de soi et des autres. Couplé à la l'observation du comportement corporel, l'ensemble devient un formidable outil de management.

## OBJECTIFS

-  Ajuster les modes relationnels entre les individus
-  Construire une équipe autour de pratiques et de valeurs en commun
-  Mobiliser et fédérer les énergies
-  Faire progresser ses collaborateurs et obtenir des résultats
-  Développer son leadership et se comporter en "leader de proximité"

## PROGRAMME

### Qu'est-ce que la PNL ?

Principes et présupposés centraux

"On ne peut pas ne pas communiquer"

Analyse du "modèle du monde" : nous avons tous une façon personnelle d'aborder la réalité

Savoir reconnaître les schémas opérants chez nos collaborateurs

### Le management commercial des individus

Les quatre pôles d'activité du manager commercial

Une vision d'ensemble de la mission : identifier ses hypertrophies

S'organiser

### La grille de diagnostic collectif

Le collectif est une somme d'individualités !

Un outil pour visualiser les priorités individuelles et collectives

### Renforcer la motivation des commerciaux

Les clés de la démotivation...

Comprendre que la non-démotivation ne suffit pas pour motiver,

Les moyens simples et accessibles par tous pour doper les énergies.

Le groupe produit une check list de plus de 30 actions de motivation simples et concrètes.

### Les règles du jeu du travail en équipe

Sur le plan opérationnel : normes d'activité, respect de la politique tarifaire,

remontées d'information...

Sur le plan des comportements : éclairer la " ligne jaune "...

Formaliser ses propres règles du jeu

### Piloter l'action commerciale

Segmenter sa clientèle pour optimiser le temps commercial de l'équipe

Organiser les actions de prospection et de fidélisation

Dans quelle mesure associer l'équipe aux prises de décision

Un outil pour finaliser un Plan d'action commercial en équipe et engager chacun dans l'action

### Développer son leadership

Les caractéristiques communes aux grands leaders

Fonder son leadership sur les points forts de sa personnalité

### Animer des réunions d'équipe dynamisantes

Définir les objectifs des réunions

Sélectionner les thèmes et varier les plaisirs

Les droits et devoirs de chacun en réunion d'équipe

Réagir face aux dérives collectives et/ou aux écarts de comportements individuels en réunion

**DUREE**

3 jours

**PUBLIC**

toute personne encadrant une équipe commerciale

**Pré REQUIS**

Aucun

**EVALUATION**

Auto-évaluation de positionnement par entretien ou questionnaire.  
Auto-évaluation des acquis de la formation par questionnaire amenant à une réflexion sur un plan d'actions.

**PEDAGOGIE**

cours théoriques suivis d'exercices pratiques.

PNL.

**INTERVENANTS**

Selon le thème de la formation, CQFD sélectionne un pédagogue possédant une expérience significative, une maîtrise opérationnelle et un profil particulier :  
sophrologue, psychologue, neuropsychologue, ergonome, ergothérapeute, senior manager, chef de cuisine, gouvernante, journaliste, animateur, ex-policier, etc...

**TARIFS**

Inter-entreprises à Paris  
Intra-muros en France entière  
cliquez ici pour consulter sur notre site internet le calendrier et les tarifs

Vidéo de présentation

