

Cycle Manager commercial : Stratégie et performance des équipes

Commercial - Relation client - Vente Management d'équipe / Leadership - 2025

La formation en résumé

Véritable pilier de l'entreprise, le **manager commercial** doit au quotidien **mobiliser et accompagner les équipes commerciales** puis **décliner le plan d'actions commerciales** pour atteindre les objectifs. Ce cycle manager commercial permet d'acquérir les clés du management d'équipe et de la motivation d'équipes commerciales tout en construisant une stratégie marketing et commerciale pertinente et en phase avec son marché. Vous travaillerez sur des cas concrets et votre propre plan d'actions.

Tous nos formateurs répondent aux exigences de notre système qualité Qualiopi.

Le programme de chaque module est détaillé dans les fiches suivantes et votre parcours peut être personnalisé avec les modules optionnels cités ci-dessous.

4 575 €

(non assujetti à la TVA)



/ 56 heures de formation




Cas pratiques



Mise en pratique



Accès micro learning / mobile learning inclus



Mises en situation

Objectifs :

- Définir et mettre en oeuvre une stratégie commerciale et marketing
- Animer, motiver, mobiliser et manager une équipe de vente
- Comprendre son propre fonctionnement pour manager efficacement la FDV dans un esprit gagnant/gagnant
- Organiser le travail de l'équipe et structurer l'action commerciale de l'entreprise pour atteindre les objectifs
- Faire évoluer efficacement les compétences de ses collaborateurs

Participants :

- Responsables commerciaux, directeurs des ventes
- Cadres commerciaux assurant des fonctions d'encadrement commercial
- Dirigeants d'entreprise, de centre de profits ou d'agence

Il est nécessaire de connaître les fondamentaux des métiers commerciaux pour aborder les spécificités de l'animation des équipes commerciales

Prérequis :

Ce cycle ne nécessite aucun pré-requis.

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs adhèrent à la charte pédagogique « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Un questionnaire d'analyse des besoins et de positionnement sera envoyé en amont.

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Modules obligatoires

Formation Manager une équipe commerciale

— 28 heures en 2+2 jours

Savoir mener les TROIS ENTRETIENS CLES du manager

Formation : Stratégie et plan d'actions marketing et commerciales (PAC)

— / 2+1 jours (21 heures)

Modules optionnels

Formation DISC / 4Colors® : mieux communiquer et mieux négocier avec la méthode des couleurs

Formation Key Account Manager (KAM) : vendre aux grands comptes

— (14 heures)

La formation en résumé

Garder une équipe commerciale motivée est précieuse pour l'entreprise et face aux mutations des échanges commerciaux et aux exigences accrues des acheteurs, le **manager commercial** doit tout à la fois détenir des compétences techniques et humaines pour accompagner et garantir l'atteinte et le dépassement des objectifs de son équipe. Le rôle du manager est alors déterminant pour **animer, dynamiser, motiver, et développer les performances individuelles et collectives de son équipe commerciale**. Cette formation complète et courte va vous fournir les outils, les techniques et les stratégies essentiels pour asseoir votre leadership, cultiver un esprit d'équipe fort, stimuler la motivation et obtenir des résultats exceptionnels.

Objectifs :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Identifier son propre fonctionnement pour manager efficacement la force de vente dans un esprit gagnant/gagnant
- Organiser efficacement le travail de l'équipe et structurer l'action commerciale de l'entreprise pour atteindre les objectifs
- Piloter son équipe par des outils de motivation et stimulation adaptés à la force de vente et
- Être en mesure d'aborder et de gérer des situations relationnelles difficiles (gestion de conflits)
- Faire évoluer efficacement les compétences de ses collaborateurs

Participants :

- Responsables et managers commerciaux, chefs des ventes
- Dirigeants d'entreprise, directeurs d'agence
- Managers évoluant vers l'encadrement d'une équipe commerciale

Prérequis :

- Pas de prérequis pour cette formation

Le contenu

Adapter son style de Management

- Reconnaître et identifier les différents styles de management
- Savoir adapter son style de management aux situations et aux différentes personnes composant l'équipe
- Être exemplaire, se positionner en manager coach
- Définir des objectifs et règles du jeu
- Être moteur et soutien pour son équipe
- Mise en pratique

Piloter son action commerciale et animer son équipe

- Identifier les outils de la motivation et de la stimulation des commerciaux
- Connaître les types d'accompagnement terrain
- Lier les accompagnements et le plan d'actions commerciales (PAC)
- Préparer et conduire une réunion commerciale motivante
- Faciliter la participation active des collaborateurs commerciaux présents mêmes à distance
- Ancrer les actions définies en réunion
- Assurer le suivi des actions commerciales
- Mise en pratique avec la préparation d'une réunion motivante et inspirante
- Mettre en place des outils de reporting et des indicateurs/kpis de mesure de la performance commerciale
- Elaborer et suivre des tableaux de pilotage de l'action commerciale : mise en pratique avec la réalisation d'un tableau de bord lié à sa propre activité

2 435 €

(non assujéti à la TVA)



4 jours



28 heures en 2+2
jours



Cas pratiques



Best of



Accès Mobile
learning



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Manager commercial : Stratégie et performance des équipes

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 13/03, 14/03, 24/03, 25/03
- 10/06, 11/06, 02/07, 03/07
- 17/11, 18/11, 27/11, 28/11

Accompagner son équipe commerciale

- Développer l'autonomie de vos équipes
- Analyser les performances et mesurer les écarts
- Bien communiquer et échanger avec vos commerciaux dans une optique de performance
- Utiliser les principaux outils de communications en situation de management
- Optimiser la relation avec ses commerciaux par l'écoute active
- Elaborer et mettre en oeuvre le plan de progrès individuel de chaque commercial
- Savoir fixer des objectifs et donner un feedback

Motiver ses équipes

- Découvrir les profils de personnalité pour optimiser les interactions
- Faciliter la participation active des collaborateurs commerciaux présents mêmes à distance
- Ancrer les actions définies en réunion
- Assurer le suivi des actions commerciales
- Mise en pratique avec la préparation d'une réunion motivante et inspirante
- Gérer les situations difficiles
- Recadrer par l'assertivité face aux difficultés
- Savoir gérer les conflits entre collaborateurs

Les + de la formation

Vous bénéficiez dès le démarrage de votre formation d'un accès de 2 mois à notre application **micro-learning** téléchargeable sur smartphones et tablettes via votre app store ou play store. Vous aurez accès à des modules de microlearning pour approfondir de façon rapide, simple et ludique les thèmes abordés au cours de votre formation. Grâce à des jeux, quizz, vidéos, vous pourrez vous entraîner et ancrer vos connaissances.

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs adhèrent à la charte pédagogique [« Agir et Apprendre »](#). Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Un questionnaire d'analyse des besoins est envoyé en amont de la formation et un positionnement est réalisé afin d'évaluer les prérequis

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Savoir mener les TROIS ENTRETIENS CLES du manager

Management d'équipe / Leadership - 2025

La formation en résumé

Les entretiens, véritables **outils de management**, permettent aux managers d'accompagner leurs équipes. Le manager doit impérativement maîtriser les techniques et outils des principaux entretiens afin de les mettre en application et piloter efficacement le travail de l'équipe.

Cette formation vous permettra en une journée de **clarifier les objectifs** des principaux entretiens managériaux, de les **préparer** avec justesse, de les **conduire** avec pertinence et d'en **assurer le suivi**.

Objectifs :

- Définir la structure des entretiens managériaux clefs du manager (Entretien de motivation, de fixation d'objectifs et de recadrage)
- Développer un dialogue constructif
- Préparer, conduire et assurer le suivi des entretiens

Participants :

Toute personne exerçant une fonction d'encadrement d'équipe (managers, chefs d'équipe, chefs de projet, etc ...)

Il est recommandé d'avoir **déjà suivi une formation sur les fondamentaux du management**

Prérequis :

Cette formation ne nécessite aucun pré-requis.

Le contenu

LES CLÉS D'UN ÉCHANGE EFFICIENT

Une préparation efficace

- Les éléments essentiels à la bonne préparation d'un entretien
- La clarté et la pertinence de son objectif

Un échange construit

- La clarté, la solidité et la puissance de son message
- La maîtrise de l'exposé, de l'expression : comprendre les limites d'intégration du cerveau pour adapter la quantité d'informations à délivrer
- Les enjeux de la communication non-verbale : savoir aligner son comportement et son expression
- Poser des questions de façon efficace pour comprendre le niveau de compréhension et la volonté de collaborer de son interlocuteur
- Le traitement des divergences ou des situations bloquées
- La gestion de ses réactions, de ses émotions
- Les mises au point, le recadrage sans agressivité et dans le respect de l'autre

Une conclusion adaptée

- Recueil de feed-back sur l'entretien
- Renforcement de l'engagement sur les décisions prises

Un suivi planifié

- Planification des étapes du suivi et définition des objectifs

LES SPÉCIFICITÉS DES DIFFÉRENTS TYPES D'ENTRETIENS

Les trois entretiens managériaux clefs :

- L'entretien de fixation d'objectifs
- L'entretien de motivation
- L'entretien de recadrage

785 €

(non assujetti à la TVA)
1 jour (7 heures) en présentiel



7 heures



1 jours



Mise en pratique



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Manager commercial : Stratégie et performance des équipes

Cycle Perfectionnement Management Général

Cycle Perfectionnement Nouveau Manager

Cycle Perfectionnement Chef d'équipe

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 24/03
- 19/06
- 09/10
- 08/12

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

- 14/04
- 22/09
- 15/12

Roanne - 04 77 44 54 69

- 14/04
- 22/09
- 15/12

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques et d'encadrement :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.
Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises
Support de formation remis aux participants.
Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un de nos formateurs experts de son domaine et sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Un questionnaire d'analyse des besoins comprenant un auto-positionnement est envoyé en amont de la formation.

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mises en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Formation : Stratégie et plan d'actions marketing et commerciales (PAC)

Commercial - Relation client - Vente - 2025

La formation en résumé

Véritable feuille de route détaillée vous guidant vers le succès commercial, le Plan d'Actions Commerciales (PAC) est la déclinaison de la stratégie marketing et des objectifs stratégiques de votre entreprise. La recherche de clients/ nouveaux clients relève en effet d'une démarche structurée dont le plan d'actions commerciales et le plan marketing sont les piliers. Bien construit, le PAC s'avère extrêmement efficace. Les participants construiront leur Plan d'Actions Commerciales par cible avec les conseils individualisés de l'intervenant et à l'issue de la formation ils disposeront de méthodes pour le bâtir, d'outils de reporting et de suivi d'activité immédiatement utilisables dans leur business.

Objectifs :

- Identifier les différentes phases du plan d'action marketing
- Analyser son portefeuille clients pour proposer un plan d'actions commerciales opérationnel
- Fixer les objectifs et mettre en œuvre le plan d'actions commerciales
- Savoir présenter et vendre son PAC

Participants :

- Managers et responsables commerciaux, commerciaux en évolution professionnelle, chargés de développement commercial
- Dirigeants d'entreprise, gérants

Prérequis :

- Connaître les fondamentaux du marketing

Le contenu

Analyser son portefeuille clients et définir ses objectifs

- Mix marketing : explorer les 4 P (ou 6P) et les différents canaux de commercialisation
- Analyse des activités ou gamme de produits : matrice BCG
- Méthodes ou outils d'analyse du portefeuille
- Construction de sa matrice SWOT
- Identification des avantages concurrentiels et des points de différenciation, en mettant l'accent sur la proposition de valeur unique de l'entreprise ou du produit.
- Définir son positionnement par segment de clients

Comprendre l'adéquation entre stratégie marketing et politique commerciale

- Traduire les objectifs marketing en objectifs commerciaux (PAC)
- Les outils du marketing stratégique : segmentation, ciblage et positionnement
- Lien avec la stratégie d'entreprise
- Choix de la politique commerciale dominante et élaboration d'une stratégie de positionnement et de différenciation

Planifier un plan d'actions commerciales et le décliner en actions de marketing opérationnel

- Fixer des objectifs clairs et mesurables pour le plan d'actions commerciales
- Définition des étapes de travail du plan d'actions commerciales et son périmètre
- Élaboration d'un plan détaillé comprenant des actions spécifiques, des responsabilités, des échéances et un budget alloué à chaque initiative
 - Choix des actions de promotion et de vente
 - Choix des supports de communication: les différentes actions marketing et vente
 - Identification des acteurs du plan d'actions commerciales
 - Point budgétaire

1 985 €

(non assujetti à la TVA)


3 jours


/ 2+1 jours (21 heures)


Mises en situation



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Manager commercial : Stratégie et performance des équipes

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 26/03, 27/03, 04/04
- 26/06, 27/06, 07/07
- 04/12, 05/12, 15/12

Piloter et suivre son PAC

- Identification des indicateurs de performance du plan d'actions commerciales et du reporting associé : KPIs, forecast, tableaux de bord
- Mettre en place le suivi de l'action commerciale
- Analyser la pratique et les points forts ou axes de développement pour optimiser son PAC
- Cas d'entreprise

Etre capable de vendre son PAC

- Travail individuel sur son plan d'actions marketing et commercial
- Choix des arguments pour fédérer, convaincre la Direction / un partenaire / les équipes
- Entraînement à la présentation de son PAC devant le groupe

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « [Agir et Apprendre](#) ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation [en cliquant ici](#).

Environnement pédagogique spécifique distanciel :

L'ensemble des outils utilisés pour l'animation de nos formations à distance regroupe les fonctionnalités permettant de recréer toutes les conditions d'une formation en présentiel : partage de documents, partage d'écran, individualisation de la prise de parole. Les informations de connexion, comprenant les identifiants (login) et les mots de passe (mdp), sont fournies lors de la convocation à la formation.

Matériel requis :

Un ordinateur avec une connexion à Internet haut débit

Un microphone et une caméra pour faciliter les échanges en temps réel

Une adresse mail pour la réception du lien de connexion à la classe virtuelle

Un téléphone portable compatible avec la technologie 4G, au cas où une connexion de secours serait nécessaire

Nous nous engageons à fournir un environnement pédagogique convivial et efficace, tout en veillant à ce que nos participants aient accès aux outils et aux ressources nécessaires pour tirer le meilleur parti de nos formations à distance

Formation DISC / 4Colors® : mieux communiquer et mieux négocier avec la méthode des couleurs

Commercial - Relation client - Vente - 2025

La formation en résumé

Saviez-vous que 90% de la réussite professionnelle repose sur les compétences interpersonnelles, aussi appelées soft skills ? Ces compétences sont particulièrement cruciales lors de négociations ou lorsque vous devez convaincre vos interlocuteurs.

La méthode DISC ou 4Colors® à la fois **simple et ludique**, permet de déterminer la façon dont vous réagissez par rapport aux autres mais également la façon dont ils réagissent. Chaque client ou acheteur est une combinaison unique de 4 styles de comportements, illustrés par des couleurs pour une compréhension plus intuitive.

Identifiez votre profil parmi les 4 styles comportementaux, "dominance", "influence", "stabilité", "conformité", et faites en un atout pour mieux communiquer, mieux négocier et mieux vendre !

Cette formation comprend la **réalisation et l'analyse personnalisée de votre profil comportemental**, vous permettant ainsi de mieux comprendre vos interlocuteurs et d'adapter vos stratégies de communication et de vente pour maximiser votre impact.

Objectifs :

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Analyser son propre style de communication à partir de son profil 4Colors® pour renforcer son efficacité commerciale et mieux communiquer
- Utiliser la méthode des couleurs DISC / des couleurs pour améliorer vos compétences en négociation : identification précise des motivations et attentes de vos interlocuteurs / clients / fournisseurs, adaptation de vos argumentaires et réponse aux objections
- Gagner en flexibilité et adaptabilité en fonction des situations parfois tendues et de vos interlocuteurs

Participants :

- Collaborateurs commerciaux en contact direct avec les clients
- Chargés de relations clients
- Acheteurs
- Toute personne devant convaincre ses interlocuteurs

Prérequis :

- Avoir complété avant l'entrée en formation son profil individuel de personnalité 4Colors®

Le contenu

Identifier et comprendre les couleurs de la communication

- Les 4 tendances : rouge / jaune / vert / bleu
- Repérer et distinguer les 4 styles comportementaux : "dominance", "influence", "stabilité" et "conformité"
- Identifier son propre style / couleurs (à partir du profil de personnalité 4Colors®)
- Comprendre ses préférences comportementales, ses zones de confort et d'inconfort

Comprendre les motivations et attentes des clients / interlocuteurs

- Les couleurs de nos clients / interlocuteurs et leurs attentes spécifiques
- La boussole du non verbal pour identifier la couleur des clients / prospects / interlocuteurs
- Les motivations des différents types de clients / interlocuteurs

1 470 €

(non assujetti à la TVA)
Profil personnel 4 colors inclus



14 heures



2 jours



Profil 4 colors® inclus



Mises en situation



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Commercial : optimisez vos pratiques et performances

Cycle Manager commercial : Stratégie et performance des équipes

Cycle Créateur Commerçant

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 26/03, 27/03
- 25/06, 26/06
- 23/10, 24/10

Développer des argumentaires efficaces

- Réaliser des argumentaires en couleurs adaptés à chaque profil
- Maitriser la méthode RECAP en couleurs
- Travailler sur le style de client / partenaire le plus opposé

Négocier ou vendre en couleur ou acheter « gagnant »

- Etre convaincu pour être convainquant
- Proposer la spécificité de son entreprise
- Transmettre l'enthousiasme
- Conclure efficacement

Gérer les situations difficiles en utilisant la méthode DISC

- Gestion du stress : le mien et celui de mes interlocuteurs
- Gestion des conflits clients

Mises en situation et application

Les + de la formation :

- Profil individuel de personnalité 4Colors® réalisé en amont de la formation, puis analysé et débriefé par l'intervenant certifié 4colors programs®, expert en communication, commercial et relation client
- Chaque participant repart avec son plan d'action individuel

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs adhèrent à la charte [« Agir et Apprendre »](#). Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Environnement pédagogique spécifique distanciel :

L'ensemble des outils utilisés pour l'animation de nos formations à distance regroupe les fonctionnalités permettant de recréer toutes les conditions d'une formation en présentiel : partage de documents, partage d'écran, individualisation de la prise de parole. Les informations de connexion, comprenant les identifiants (login) et les mots de passe (mdp), sont fournies lors de la convocation à la formation.

Matériel requis :

Un ordinateur avec une connexion à Internet haut débit

Un microphone et une caméra pour faciliter les échanges en temps réel

Une adresse mail pour la réception du lien de connexion à la classe virtuelle

Un téléphone portable compatible avec la technologie 4G, au cas où une connexion de secours serait nécessaire

Nous nous engageons à fournir un environnement pédagogique convivial et efficace, tout en veillant à ce que nos participants aient accès aux outils et aux ressources nécessaires pour tirer le meilleur parti de nos formations à distance

Formation Key Account Manager (KAM) : vendre aux grands comptes

Commercial - Relation client - Vente - 2025

La formation en résumé

Aujourd'hui, la gestion des grands comptes ou de vos comptes clés est devenue un véritable levier de croissance pour les entreprises, nécessitant une approche stratégique et sur-mesure. Les Key Account Managers (KAM) doivent relever des défis complexes : interlocuteurs multiples, processus de décision longs et enjeux financiers importants. **Il ne suffit plus de vendre, il faut créer des relations durables et de valeur avec les comptes-clés.** Basée sur l'analyse de cas pratiques réels et d'outils concrets, cette formation vous garantit une application directe sur le terrain

? Cette formation vous permettra d'acquérir les compétences essentielles pour structurer une stratégie de gestion des grands comptes, négocier efficacement et renforcer la fidélité de vos clients stratégiques.

Objectifs :

A l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- Construire une offre de valeur sur-mesure et cibler ses actions
- Elaborer une stratégie de négociation en vente complexe
- Déployer son capital relationnel et son impact sur le compte pour développer des relations solides et durables

Participants :

- Responsables commerciaux, commerciaux confirmés, responsables grands comptes, KAM (Key Account Manager)
- Toute personne devant négocier avec des comptes stratégiques pour son entreprise

Prérequis :

- Connaître les fondamentaux des techniques de vente et négociation

1 435 €
(non assujetti à la TVA)


2 jours

 (14 heures)  Mises en situation


Appartient au(x) cycle(s) :
Cycle Manager commercial : Stratégie et performance des équipes

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 26/03, 27/03
- 12/12, 13/12

Le contenu

Analyser l'organisation et les enjeux de ses comptes clés et/ou grands comptes

- Comprendre l'environnement et le processus de décision
- Connaître le rôle et les missions de ses interlocuteurs
- Adopter la posture pour appréhender une vision globale
- Réalisation d'autodiagnostic

Mettre en place la stratégie de développement

- Collecter les informations stratégiques
- Exercice pratique sur son cas avec réalisation d'une action compelling event
- Mettre en œuvre une stratégie d'influence / GRID
- Faire le diagnostic interne et externe

Construire une offre de valeur sur-mesure et cibler ses actions

- Comprendre la chaîne de valeur du client
- Détecter les problématiques et leurs conséquences
- Elaborer ses actions de développement
- Outil de planification des besoins et des aptitudes

Se préparer à la négociation en vente complexe

- Identifier ses marges de manœuvre, et anticiper les contreparties
- Gérer le rapport de force
- Sélectionner ses arguments et valoriser son offre
- Mise en situation

Déployer son capital relationnel et son impact sur le compte

- Bâtir le relationnel avec l'interne et l'externe
- Permettre la réalisation et l'atteinte des objectifs du contrat
- Adapter son comportement et développer son agilité relationnelle
- Evoluer d'une relation client/fournisseur vers une relation partenaire
- Jeux de rôle

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises

Support de formation remis aux participants.

Groupe de 3 à 10 participants maximum.

Formation animée par un formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs adhèrent à notre charte pédagogique [« Agir et Apprendre »](#). Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations... Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

