



# Directeur des ventes

Managez et pilotez vos forces de vente

## Ce que vous apprendrez

Traditionnellement issu de la force de vente, le directeur des ventes participe à la définition des objectifs commerciaux, supervise l'application de la stratégie commerciale et manage les commerciaux. Passer du rôle de commercial à celui de manager commercial nécessite de développer des compétences nouvelles et de renforcer son potentiel personnel.

Cette solution apporte aux directeurs des ventes les atouts pour piloter les actions commerciales et développer la performance de leurs équipes.

## Objectifs

- Exercer pleinement les différentes facettes de sa mission
- Acquérir une méthode et maîtriser les techniques pour animer, piloter et motiver
- Développer son potentiel managérial

## Pour qui ?

Directeurs des ventes, chefs de ventes, directeurs de zones, chefs d'agence

## Points clés

### Module 1 : Devenir manager commercial

- Clarifier son rôle
- Se positionner dans l'organisation marketing et commerciale
- Passer du rôle de commercial à manager commercial
- Les styles de management commercial
- Adapter son management à ses collaborateurs
- Motiver son équipe
- Mener les entretiens
- Reporter auprès de sa hiérarchie

### Module 2 : Piloter l'activité commerciale

- Comprendre la stratégie commerciale de son entreprise
- Décliner la stratégie à son niveau
- Analyser les résultats de son équipe
- Définir les priorités commerciales
- Construire son plan d'actions commerciales
- Mesurer l'activité de chaque vendeur
- Définir les plans de progrès collectifs et individuels

### Module 3 : Accompagner ses vendeurs

- Pourquoi accompagner sur le terrain ?
- Quelle posture adopter ?
- La démarche MENTOR
- Débriefing un accompagnement terrain
- Faire progresser ses vendeurs
- Conduire des réunions commerciales efficaces et motivantes



## Cycle certifiant

*Durée conseillée*

6 jours : 3 x 2 jours

3 séances d'accompagnement

## Les pédagogies

- **De la méthode pour gagner en efficacité** : la formation apporte une démarche pour décliner la stratégie au niveau de son activité et de son équipe.
- **Une boîte à outils pour piloter son activité** : la documentation remise contient des fiches PAC, des tableaux de bord prêts à l'emploi.
- **Des entraînements pour progresser** : les participants s'exercent à mener des entretiens, conduire des réunions.
- **Travail préparatoire** : étude de la stratégie commerciale de l'entreprise.

## Commercial et Marketing

Management commercial



Contact : 01 46 84 84 85

Code solution : 623

CM5