

Formation Directeur / directrice des ventes

L'humain au cœur de la gestion

Le directeur / La directrice des ventes est un leader au sein de son organisation. Son rôle est capital. Son travail a un impact direct sur les ventes et la rentabilité de l'organisation.

Gérer une équipe de vente est un processus complexe. Très peu de directeurs / directrices des ventes ont été formés à coacher et diriger une équipe.

Ce programme vous fournira les compétences dont vous avez besoin pour opérer au plus haut niveau de votre entreprise et pour gérer non seulement votre équipe de vente, mais aussi tout l'aspect stratégique lié à la planification stratégique du développement des affaires.

Dans le cadre de cette formation en gestion des ventes, nous examinerons comment planifier et déployer des stratégies de vente. Et dans un contexte de plein emploi, nous mettrons l'accent sur l'importance de l'aspect communicationnel en gestion des ventes.

À la fin de cette formation de 6 jours, vous augmenterez votre capacité et votre confiance dans la direction d'un département des ventes et vous optimiserez l'efficacité de votre équipe de vente.

Pourquoi une formation en direction des ventes

- 50% des directeurs / directrice des ventes ne coachent pas leur équipe.
- Les entreprises dotées de programmes de coaching affichent un taux de fermeture des ventes de 28% supérieur comparé à celles qui n'ont pas de programme de coaching.
- Plus de 60% des représentants et des représentantes sont à risque de quitter leur emploi s'ils ne sont pas coachés ou si leur directeur / directrice des ventes est un coach médiocre.
- Près de six représentants sur 10 affirment que, lorsqu'ils savent exactement ce qu'ils devraient changer pour performer, procrastinent et ne le font pas.
- 40% = Représentants/représentantes consultés qui se sentent démunis, mal préparés ou mal orientés face à leur travail.
- 50% = Temps de vente gaspillé dans une prospection non productive par une équipe de vente mal formée.

Un directeur / directrice des ventes doit être capable de former et coacher son équipe. Le coaching a un impact majeur sur les performances, sur le développement des compétences clés et sur la rétention des meilleurs éléments.

Source : CSO Insight, Calicorp, Salesforce

Journée 1 - Comprendre les rôles et fonctions d'un directeur des ventes

Au cours de cette première journée, nous aborderons les divers rôles et fonctions d'un directeur de ventes. Plusieurs facteurs impactent sur les rôles et fonctions : La structure organisationnelle de l'entreprise (PME vs multinationale en exemple), les valeurs organisationnelles, l'expertise de l'équipe de vente, etc.

Un directeur/directrice des ventes se doit d'appliquer le concept de « valeur ajoutée » à son travail. La priorisation des tâches doit se faire en fonction des tâches qui auront le plus d'impact sur l'atteinte des objectifs organisationnels.

Objectif de la journée : Apprendre à prioriser les tâches à valeur ajoutée

Les tâches d'un directeur / directrice des ventes

- Vente :
 - Planifier des objectifs de vente et les stratégies qui s'y rattachent.
 - Concevoir et implanter les stratégies de vente.
 - Développer les plans d'action.
 - Développer le facteur de différenciation et les concepts de valeur ajoutée.
 - Communiquer efficacement les objectifs corporatifs.
 - Communiquer efficacement avec toutes les parties prenantes.
 - Motiver l'équipe de vente.
- Administration et RH :
 - Gérer les RH.
 - Recruter et bâtir une équipe performante.
 - Gérer les budgets de vente.
 - Développer et favoriser l'utilisation des outils de prise de décision.

- Prioriser les tâches à valeur ajoutée et apprendre à déléguer les tâches non essentielles.
- Établir une gouvernance éthique.
- Gestion des ventes :
 - Définir et mettre en place les KPI (Indicateurs clé de performance).
 - Analyser les résultats et prendre action.
- Formation :
 - Définir les plans d'intégration.
 - Définir les stratégies de coaching.

Journée 2 - Développer un leadership transformationnel et motivation

Un directeur/ Une directrice des ventes devrait-il/Elle toujours traiter son équipe de vente comme lui aimerait être traité ? La réponse est NON! Le directeur/ la directrice efficace a compris l'importance de « personnaliser » son discours en fonction des personnalités des membres de son équipe de vente. Le leadership et les stratégies de motivation ont un impact direct sur le climat de travail, sur la rétention des meilleurs éléments et sur la productivité et la rentabilité de l'équipe de vente.

AM – Devenir le LEADER de votre équipe de vente

Objectif de l'avant-midi : développer ses compétences de leadership en tant que gestionnaire des ventes et apprendre à faire des membres de votre équipe des leaders.

1. Prendre connaissance des diverses formes de leadership et de leur impact en vente.
2. Comprendre les forces et faiblesses de son profil de leadership.
3. Apprendre à reconnaître les sources de leadership positif et négatif.
4. Comprendre l'impact du leadership dans la gestion du changement.
5. Comprendre l'importance du leadership dans la rétention du personnel.

PM – Motiver votre équipe de vente

Objectif : Comprendre ce qui motive, individuellement et collectivement, une équipe de vente.

La motivation est un élément indissociable à l'atteinte des objectifs organisationnels.

1. Comprendre que les stratégies de motivation doivent être personnalisées.
2. Apprendre à motiver au quotidien.
3. Comprendre la distinction entre motivation intrinsèque et extrinsèque.

4. Intégrer les différenciations culturelles et générationnelles dans les stratégies de motivation.
5. Motiver à distance.

Journée 3 - Bâtir une équipe de travail

Recruter et retenir les meilleurs éléments de notre équipe de vente est maintenant devenu stratégique en période de pénurie de main d'œuvre. La qualité du recrutement, de l'intégration et de la gestion de l'équipe de vente joue un rôle-clé dans la performance des organisations. Bâtir, évaluer et gérer une équipe de vente est une des tâches prioritaires de tout bon directeur des ventes.

Objectifs de la journée : Comprendre les mécanismes organisationnels et communicationnels qui impacteront à la fois sur les performances et sur la rétention du personnel.

1. Bâtir une équipe de travail.
2. Recruter, embaucher et congédier des représentants.
3. Intégrer et former un représentant.
4. Gérer l'équipe de vente Vs gérer les « individus ».
5. Évaluer une équipe de vente.
 - a. Les indicateurs clé de performance.
6. Communiquer avec l'équipe et diriger des réunions dynamiques.
7. Gérer les crises.
8. Gérer le changement.

Journée 4 – Coacher une équipe de vente

Des études démontrent que le coaching d'une équipe versus la gestion traditionnelle peut impacter la productivité de 20%. Pourtant, très peu d'entreprise « coache » leur équipe de vente.

De tous les rôles exercés par un directeur des ventes, celui qui a le plus d'impact sur la productivité et la rentabilité d'une organisation est le rôle de « coach ».

Objectif de la journée : Comprendre les mécanismes du coaching.

1. Comprendre la valeur ajoutée et les impacts organisationnels du coaching.



2. Maîtriser les techniques et stratégies de coaching.
3. Les dilemmes du coaching.
4. Apprendre à utiliser le *Guide des questions de coaching en vente*.

Journée 5 – Coacher une équipe de vente

Apprendre à coacher, c'est bien. Être capable de coacher efficacement, c'est encore mieux. Au cours de cette journée, chaque participant devra préparer deux sessions de coaching.

Objectif de la journée : Intégrer le coaching comme outil de gestion et de développement.

Au cours de la journée, chaque participant devra participer à six sessions de coaching :

- Deux à titre de directeur/directrice des ventes. Ce sont les présentations qui auront été préparées et basées sur des cas réels.
- Deux où vous jouerez le rôle d'un représentant/une représentante.
- Deux en tant qu'observateur où vous devrez analyser la performance du directeur/directrice des ventes.

Journée 6 – Panifiez la croissance et outils de gestion des ventes

Au cours de cette journée, nous échangerons sur les plans d'action mis en place dans vos organisations.

1. Définir votre plan d'action.
2. Les outils essentiels à la gestion des ventes.
3. Gestion d'un tunnel de vente.

Option

Coaching individuel

Dans le but de favoriser la mise en pratique des techniques et stratégies de vente, nous offrons des banques d'heure de coaching personnalisé.

Une banque d'heure de 10 ou 20 heures peut être ajoutée lors de l'inscription.

Le coaching se fait généralement en ligne. Dans certains cas, le coaching peut se faire en entreprise.

Lieux et dates des formations

Groupe limité à 12 participants

Formations présentielle

Printemps 2019

MONTRÉAL	LAVAL	QUÉBEC
1188, Union Avenue, Suite 100 Montreal, QC H3B 0E5	3055 Saint-Martin Quest Bureau T500 Laval, Qc, H7T 0J3	1020 Bouvier Bureau 400 Quebec, QC, G2K 0K9
Mardi 23 avril	Mercredi 24 avril	Jeudi 25 avril
Mardi 30 avril	Mercredi 1er mai	Jeudi 2 mai
Mardi 7 mai	Mercredi 8 mai	Jeudi 9 mai
Mardi 14 mai	Mercredi 15 mai	Jeudi 16 mai
Mardi 21 mai	Mercredi 22 mai	Jeudi 23 mai
Mardi 28 mai	Mercredi 29 mai	Jeudi 30 mai
8h - 15h30	8h30 - 16h	8h - 15h30

Automne 2019

MONTRÉAL	LAVAL	QUÉBEC
1188, Union Avenue, Suite 100 Montreal, QC H3B 0E5	3055 Saint-Martin Ouest Suite T500 Laval, Qc, H7T 0J3	1020 Bouvier Street Bureau 400 Quebec, QC, G2K 0K9
Mardi 1er octobre	Mercredi 2 octobre	Jeudi 3 octobre
Mardi 8 octobre	Mercredi 9 octobre	Jeudi 10 octobre
Mardi 15 octobre	Mercredi 16 octobre	Jeudi 17 octobre
Mardi 22 octobre	Mercredi 23 octobre	Jeudi 24 octobre
Mardi 29 octobre	Mercredi 30 octobre	Jeudi 31 octobre
Mardi 5 novembre	Mercredi 6 novembre	Jeudi 7 novembre

Formation en ligne – Classes virtuelles

2 classes virtuelles offertes

Groupe 1 : Classe virtuelle en avant-midi.

Groupe 2 : Classe virtuelle en après-midi.

Printemps 2019

Classe virtuelle		
Semaine 1	Lundi 29 avril	Vendredi 3 mai
Semaine 2	Lundi 6 mai	Vendredi 10 mai
Semaine 3	Lundi 13 mai	Vendredi 17 mai
Semaine 4	Lundi 20 mai	Vendredi 24 mai
Semaine 5	Lundi 27 mai	Vendredi 31 mai
Semaine 6	Lundi 3 juin	Vendredi 7 juin
Groupe 1		
	AM	7h30 - 10h30
Groupe 2		
	PM	12hres - 15hres

Automne 2019

Classe virtuelle		
Semaine 1	Lundi 21 octobre	Vendredi 25 octobre
Semaine 2	Lundi 28 octobre	Vendredi 1er novembre
Semaine 3	Lundi 4 novembre	Vendredi 8 novembre
Semaine 4	Lundi 11 novembre	Vendredi 15 novembre
Semaine 5	Lundi 18 novembre	Vendredi 22 novembre
Semaine 6	Lundi 25 novembre	Vendredi 29 novembre
Groupe 1	AM	7h30 - 10h30
Groupe 2	PM	12hres - 15hres