



**jacques la berge**

coach · conférencier · formateur  
vente & communication

## **Programme Excellence en Gestion des ventes**

### **Le formateur**

---

Jacques La Berge a plus de 30 ans d'expérience en gestion des ventes et vente. Diplômé en communication et administration des affaires (EMBA), Jacques compte parmi ses clients l'Université Laval, 4 Cégeps et a desservi près de 1000 entreprises partout au Québec au cours de 10 dernières années.

### **Les objectifs de cette formation**

---

- Augmenter les compétences clés en gestion des ventes.
- Permettre au gestionnaire de développer ses compétences en coaching de vente.
- Aider les entreprises à mettre en place des indicateurs de performance permettant d'évaluer les performances.
- De maîtriser l'aspect psychologique des ventes et d'être capable d'en appliquer les concepts dans la gestion de la force de vente.
- De rendre la force de vente plus pro active en cette période de crise.

### **Plan de match**

---

*Note : Tous les modules sont en ligne.*

### **Ce qui est proposé**

**16 modules de 2h30 composeront la formation**

- **12 sessions de formation**
- **4 sessions de travail ou jeux de rôles**

### **Session 1 : Atelier prise de connaissance**

---

Cet atelier de travail permettra de connaître et comprendre les objectifs corporatifs de l'organisation, ses défis et ses contraintes.

### **Objectif**

Québec : 4C, rue Pleau, Pont-Rouge, G3H 2G2

Montréal : 1188 Avenue Union bureau 100, Montréal, QC H3B 0E5

Site Internet : [www.jacqueslaberge.ca](http://www.jacqueslaberge.ca)

Tel. 418 254 2979

Tel. 514 980 2979

courriel : [jlaberge@jacqueslaberge.ca](mailto:jlaberge@jacqueslaberge.ca)



**Connaitre les objectifs corporatifs.  
Prendre connaissance des plans stratégiques de développement.  
Connaitre les façons de faire.  
Discuter des forces et faiblesses de la force de vente.  
Prendre connaissance du FFOM de l'entreprise.**

## **Outil**

Grille excelde d'analyse des compétences.

## **Contenu**

- **Analyse de la situation actuelle**
  - Les objectifs corporatifs.
  - La mission et les valeurs organisationnelles.
  - Le plan de développement en place.
  - Les outils de mécanisation des ventes en place.
  - Les forces et faiblesses de sa force de vente.

## **Session 2 : Rôle et fonction d'un directeur des ventes**

---

Les rôles et fonction d'un directeur des ventes changent d'une organisation à l'autre en fonction de l'envergure de l'entreprise, de ses marchés, de sa structure organisationnelle, etc. Cependant, quel que soit la structure, tous les directeurs de vente ont un objectif commun : recruter, former et gérer leur équipe de vente tout en augmentant le chiffre d'affaires.

**Comprendre les divers rôles et fonctions d'un directeur de ventes.  
Prioriser les tâches à valeur ajoutée.**

## **Contenu**

- Les divers rôles et fonctions d'un directeur des ventes.
- Comment prioriser les tâches qui ont le plus d'impact sur l'efficacité de la force de vente.
- Comment déléguer ou mécaniser les tâches sans valeur ajoutée.

## **Session3 : Planification stratégique d'un territoire de vente**

---

La planification stratégique d'un territoire de vente se fait sur plusieurs niveaux. À partir des orientations stratégiques de l'organisation, le directeur des ventes doit mettre en place des



stratégies de développement qui tiennent compte de sa force de vente, des particularités des territoires de vente ou marchés, des produits et services, etc. Cette planification doit aussi intégrer l'évolution des technologies au plan de développement. Enfin, le directeur des ventes, une fois son plan de développement réalisé, doit soutenir son équipe de vente dans la mise en place de leurs stratégies et tactiques de vente en lien avec le plan stratégique.

### Objectifs

**Ajuster les plans d'action en fonction du contexte économique actuel.**  
**Valider et développer des stratégies et tactiques de vente.**  
**Développer le facteur de différenciation et les concepts de valeur ajoutée.**

### Outil

Grille d'analyse

### Contenu

- Les éléments d'un plan stratégique complet de développement des ventes.
- Outils de vente en place qui pourraient optimiser les ventes.
- L'importance que les représentants construisent leur propre plan d'action afin de les rendre imputable de leurs résultats.

### **Session 4 : Communiquer efficacement avec sa force de vente (sur place ou à distance)**

---

Un gestionnaire des ventes efficace adaptera son approche de communication en fonction des personnalités de chaque membre de son équipe de vente. Le gestionnaire doit être capable de communiquer ses attentes clairement, sans complaisance. Une communication efficace optimise l'efficacité de la force de vente et contribue à fidéliser l'équipe de vente.

**Apprendre à communiquer clairement les objectifs.**  
**Fédérer l'équipe de vente aux plans.**  
**Organiser des réunions de vente motivantes et efficaces.**  
**Organiser des rencontres individuelles efficaces.**

### Contenu

- Quelles sont les attentes d'une force de vente face à leur directeur des ventes.
- Quoi, à qui communiquer et comment communiquer efficacement.
- Comment bâtir une réunion de vente dynamique et efficace.



- Comment structurer une rencontre individuelle.

## **Session 5 – Coacher une équipe de vente**

---

Des études démontrent que le coaching d'une équipe versus la gestion traditionnelle peut impacter la productivité de 20%.

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 ».

**Comprendre les mécanismes du coaching.**

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

### **Contenu**

- Qu'est que le coaching de vente.
- Comment bâtir une stratégie de coaching.
- Comment planifier le coaching.

## **Session 6 – Coacher une équipe de travail - Techniques et stratégies de coaching.**

---

Le coaching efficace d'une force de vente implique que des choix seront faits. Tous les membres de l'équipe de vente n'ont pas le même niveau d'expertise. Le temps investi en coaching une valeur stratégique.

**Apprendre à prioriser le coaching en fonction de son impact sur la force de vente**

**Prendre connaissance du guide de question en vente**

### **Outil**

Guide des questions en coaching

### **Contenu**

- Les dilemmes du coaching :
  - Qui, quand, pourquoi et comment.
- Structure d'une session de coaching en fonction des objectifs, des compétences à développer et du contexte (débutant, évolution des compétences, redressement, etc.)
- Quoi coacher.



- Présentation du guide des questions de coaching en vente.

## **Session 7 – Bâtir une session de coaching**

---

M. Fleurant et le formateur structureront une première session de coaching pour un membre de la force de vente.

**Mettre en application les concepts de coaching.  
Avoir bâti une première rencontre de coaching.**

### Outil

Plan et structure d'une session de coaching

### Contenu

- Choix de l'objectif de la session de coaching.
- L'ouverture de la session.
- Coaching d'une compétence.
- Comment rendre imputable le représentant sur les engagements pris.
- Fermeture de la session.

## **Session 8 – Mise en contexte**

---

Le directeur des ventes devra mettre en application les acquis théoriques vus sur le coaching. Il devra animer une session de coaching. Pour se faire, il devra fixer un objectif et préparer sa grille de coaching.

### Objectifs

**Valider la maîtrise du coaching par le directeur des ventes.  
Apporter les correctifs jugés nécessaires.**

### Contenu

- Simulation d'une session de coaching ou seront évalués les éléments suivantes :
  - Préparation de la rencontre.
  - L'introduction et la présentation de l'objectif.
  - Valider la qualité de l'écoute active.
  - Valider la qualité de l'engagement.
  - Valider la fermeture de la session.



## Session 9 – Atelier coaching 2

---

Le directeur des ventes devra utiliser la structure de coaching pour réaliser une première session de coaching en mode « réel » avec un représentant de son équipe. Le formateur observera la session. La session sera filmée.

### Objectifs

**Valider la maîtrise du coaching par le directeur des ventes en situation réelle.  
Apporter les correctifs.**

### Contenu

- Session de coaching ou seront évalués les éléments suivantes :
  - Préparation de la rencontre.
  - L'introduction et la présentation de l'objectif.
  - Valider la qualité de l'écoute active.
  - Valider la qualité de l'engagement.
  - Valider la fermeture de la session

## Session 10 : RH – Bâtir une équipe de travail.

---

Un des rôles d'un directeur des ventes efficace est de bâtir une force de vente de qualité. Pour ce faire, il doit mettre en place des stratégies RH (recrutement, scripts pour les entrevues, définition de persona, etc.), mettre en place un plan d'intégration, de formation et de coaching. Tout plan RH doit tenir compte de la mission et des valeurs de l'organisation.

### Objectifs

**Comment bâtir une équipe de travail efficace.  
Comment bâtir un processus RH.  
Comment intégrer un représentant.**

### Outils

Plan d'intégration  
Structure d'entrevues

### Contenu

- Définir les besoins de l'organisation (type de représentant).
- Définir les éléments propres à une équipe de travail efficace (collaboration, positivisme, etc.).
- Comprendre l'importance des valeurs organisationnelles en gestion RH des ventes.



- Comprendre l'importance du plan d'intégration sur la courbe de croissance des compétences et la rétention.

## **Session 11 : RH – Encadrer une personnalité difficile et gestion des conflits**

---

Un représentant difficile peut s'avérer toxique sur le climat de travail, saper l'autorité du directeur des ventes et avoir un impact négatif sur la croissance des ventes. Il est alors impératif qu'un directeur des ventes mette en place un plan de redressement.

**Apprendre à reconnaître les comportements difficiles.**

**Apprendre à gérer les conflits.**

**Comprendre l'importance de tenir à jour le dossier employé.**

### Outils

Grille d'intervention

Plan de redressement

Document d'analyse d'une situation ou d'un comportement inapproprié

### Contenu

- Définition de ce qu'est un comportement.
- Comportement structurel ou périodique.
- Le plan de redressement.
- Communication du plan de redressement.
- Évolution du plan.
- Évaluation des résultats et prendre les actions nécessaires.
- Documentation du dossier de l'employé.

## **Session 12 – Atelier RH – Encadrer un représentant difficile**

---

M. Fleurant et le formateur structureront une de redressement ou le formateur jouera le rôle de l'employé difficile.

**Mettre en application les concepts d'un plan de redressement.**

**Documenter cette rencontre.**

### Outil

Plan et structure d'une session de coaching



## Contenu

- Présentation de l'objectif de la session de coaching.
- L'ouverture de la session de coaching.
  
- Présentation des objectifs de la session.
- Coaching de la compétence.
- Imputabilité du représentant sur les engagements pris.
- Fermeture de la session.

## Session 13 : Leadership et motivation

---

Le directeur des ventes est le leader de son équipe. Il a aussi la responsabilité de motiver ses troupes en tenant de ce que motive individuellement et collectivement les membres de son équipe (motivation intrinsèque et extrinsèque).

### Objectifs

**Comprendre les lois du leadership.  
Définir le style de leadership de M. Flaurant.  
Définir les stratégies de motivation à mettre en place.**

### Contenu

- Les lois du leadership.
- Leadership efficace en 2020.
- Motivation intrinsèque et extrinsèque.

## Session 14 : La prise de décision en gestion

---

Un gestionnaire peut prendre jusqu'à 2000 décisions par jour. Certaines décisions sont faciles à prendre. D'autres demandent de mettre en place un processus d'analyse. Considérant que le directeur des ventes est généralement une personne fort occupée, il est important de mettre en place des outils d'analyse qui faciliteront la prise de décisions éclairées.

### Objectifs

**Aider le gestionnaire à mettre en place des outils d'analyse de prise de décision.**





## Contenu

- Facteurs qui entourent la prise de décision.
- Types de comportement face à la décision.
- Processus décisionnel.
- Spécificité de la décision
- Structure d'un « business Case ».

## Session 15 – L'administration des ventes

---

La mise en place d'outils technologiques et d'indicateurs de performance (KPI) sont indissociables du succès en gestion des ventes. L'organisation doit mettre en place les KPI qui permettront d'évaluer les résultats de la force de vente. Les rapports de vente permettent de prendre action immédiatement.

### Objectifs

**Comprendre l'importance des outils de contrôle en vente**  
**Comprendre l'importance des rapports dans l'évaluation des représentants**  
**Prendre connaissance des principaux outils disponibles.**

### Contenu

- Outils de gestion.
- Indicateurs de performance.
- Rapports de vente et prise de décisions.
- Etc.

## Session 16 : Gouvernance, éthique, guide de civilité et valeurs

---

Toutes les organisations devront avoir mis en place une gouvernance au niveau des ventes.

### Objectif

**Comprendre ce qu'est une gouvernance des ventes**

### Contenu

- Qu'est-ce que la gouvernance.
- Outils de gouvernance en vente.



- Le code de civilité.

## Tarification

|  | Durée en heures | Tarification<br>horaire | Coût           |
|--|-----------------|-------------------------|----------------|
| Module 1 - Prise de conscience                           | 2,5             | 200 \$                  | 500 \$         |
| Module 2 - Rôle et fonction d'un<br>directeur des ventes | 2,5             | 200 \$                  | 500 \$         |
| Module 3 - Planification stratégique                     | 2,5             | 200 \$                  | 500 \$         |
| Module 4 - Communiquer efficacement                      | 2,5             | 200 \$                  | 500 \$         |
| Module 5 - Coacher une équipe de<br>vente                | 2,5             | 200 \$                  | 500 \$         |
| Module 6 - Coacher une équipe de<br>vente                | 2,5             | 200 \$                  | 500 \$         |
| Module 7 - Coacher une équipe de<br>vente                | 2,5             | 200 \$                  | 500 \$         |
| Module 8 - Atelier coaching 1                            | 2,5             | 200 \$                  | 500 \$         |
| Module 9 - Atelier coaching 2                            | 2,5             | 200 \$                  | 500 \$         |
| Module 10 - RH - Bâtir une équipe de<br>travail          | 2,5             | 200 \$                  | 500 \$         |
| Module 11 - RH - Encadrer une<br>personnalité difficile  | 2,5             | 200 \$                  | 500 \$         |
| Module 12 - Atelier RH - Encadrer                        | 2,5             | 200 \$                  | 500 \$         |
| Module 13 - Leadership et motivation                     | 2,5             | 200 \$                  | 500 \$         |
| Module 14 - Prise de décisions                           | 2,5             | 200 \$                  | 500 \$         |
| Module 15 - Administration des ventes                    | 2,5             | 200 \$                  | 500 \$         |
| Module 16 - Gouvernance, éthique,<br>guide de civilité   | 2,5             | 200 \$                  | 500 \$         |
| <b>Total formation</b>                                   | <b>40</b>       |                         | <b>8000</b>    |
| Temps analyse vidéo et rapport                           |                 |                         | 500 \$         |
| Préparation contenu                                      |                 |                         | 500 \$         |
| <b>Grand total</b>                                       |                 |                         | <b>9 000\$</b> |

Note 1 : Les taxes sont en sus.



**jacques la berge**

coach · conférencier · formateur  
vente & communication

## Information complémentaire

---

Jacques La Berge  
4C rue Pleau  
Pont-Rouge, G3H 2G2  
[jlaberge@jacqueslaberge.com](mailto:jlaberge@jacqueslaberge.com)  
418 254 2979

Québec : 4C, rue Pleau, Pont-Rouge, G3H 2G2

Montréal : 1188 Avenue Union bureau 100, Montréal, QC H3B 0E5

Site Internet : [www.jacqueslaberge.ca](http://www.jacqueslaberge.ca)

Tel. 418 254 2979

Tel. 514 980 2979

courriel : [jlaberge@jacqueslaberge.ca](mailto:jlaberge@jacqueslaberge.ca)