

Optimiser sa performance commerciale

Public : Commerciaux. Responsables commerciaux. Dirigeants de TPE/PME.

Prérequis : Aucun prérequis

Durée : 2 jours (14 heures).

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

Réaliser un diagnostic de sa performance commerciale

Identifier les leviers d'amélioration individuels et organisationnels

Optimiser son organisation commerciale

Piloter son activité à l'aide d'indicateurs pertinents

Mettre en place un plan d'action opérationnel

Programme :

Diagnostiquer sa performance commerciale

Analyser ses résultats commerciaux

- Lecture et interprétation des indicateurs clés
- Analyse du chiffre d'affaires, taux de transformation, panier moyen
- Identification des écarts entre objectifs et résultats

Identifier ses forces et axes d'amélioration

- Auto-diagnostic des pratiques commerciales
- Analyse du cycle de vente
- Identification des points de friction

Atelier : réalisation d'un diagnostic individuel de performance

Structurer et optimiser son organisation commerciale

Gérer efficacement son temps et ses priorités

- Répartition du temps entre prospection, suivi et closing
- Techniques de priorisation (matrice d'impact)
- Organisation hebdomadaire et mensuelle

Mettre en place des routines commerciales efficaces

- Planification des actions
- Suivi des prospects et relances
- Structuration du pipeline commercial

Exercice : construction d'un planning commercial optimisé

Améliorer ses pratiques commerciales

Optimiser la posture commerciale

- Posture de conseil vs posture de vente

- Écoute active et questionnement
- Adaptation au profil client

Renforcer l'efficacité des entretiens commerciaux

- Structuration d'un entretien
- Identification des besoins
- Argumentation ciblée

Mises en situation : entretien de vente et feedback collectif

Piloter son activité commerciale

Définir et suivre les bons indicateurs (KPI)

- Indicateurs d'activité (nombre de contacts, RDV...)
- Indicateurs de performance (conversion, CA...)
- Mise en place d'un tableau de bord

Exploiter les outils de pilotage

- Utilisation d'un CRM
- Suivi du pipeline commercial
- Analyse des résultats

Atelier : création d'un tableau de bord commercial

Mettre en place une démarche d'amélioration continue

Analyser ses résultats et ajuster ses actions

- Lecture des écarts
- Identification des leviers correctifs

Construire un plan d'action commercial

- Définition d'objectifs SMART
- Planification des actions
- Suivi et ajustement

Livrable : plan d'action individuel prêt à être déployé

Méthodes pédagogiques :

Jeux de rôle intensifs

Cas pratiques

Simulations de négociation

Feedback individualisé

Modalités d'inscription :

L'inscription est validée par un entretien téléphonique ou physique.

Modalités d'évaluation :

Auto-positionnement initial et final

Exercices pratiques tout au long de la formation

Questionnaire de validation des acquis