



Prog Performance commerciale

Parcours métier – Manager commercial

8 jours (55h00) | ★★★★★ 4,6/5 | CIAL-C20CERTIFDV2 | Code RS ou RNCP : 37738 |
Certification Manager du développement commercial à l'international - Bloc 3 (incluse) |
Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 4 150 € ht

Formations Compétences Métier › Interne_CompMet › Prog Performance commerciale

Document mis à jour le 08/09/2026

Objectifs de formation

- Construire et piloter un plan d'action commercial.
- Manager et développer la performance de son équipe.
- Mobiliser ses collaborateurs autour des objectifs commerciaux.

Compétences attestées par la certification

Manager la force de vente et la performance commerciale

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Cette formation, en plusieurs modules, alterne théorie et pratique et met l'accent sur les échanges et le mode collaboratif. Les exercices en salle et d'intersessions permettent d'évaluer la prise en main des outils, concepts et méthodologies vus en formation.

Parallèlement, chaque participant, souhaitant passer la certification du parcours, travaille sur un sujet personnel, choisi en lien avec l'équipe pédagogique. L'ensemble du parcours permet d'appréhender et de valider les différentes connaissances et compétences nécessaires à la réalisation de ce sujet/projet. Grâce à leur expertise, les intervenants conseillent et accompagnent ces apprenants jusqu'à la présentation de leur travail.

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Disposer d'une expérience commerciale et maîtriser les principales étapes du cycle de vente.

Public concerné

- Nouveaux managers commerciaux.
- Toute personne souhaitant acquérir des techniques, méthodes et outils lui permettant de manager une équipe commerciale.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émarginée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Module distanciel

- E-quiz en amont/aval de la formation.

Définir sa stratégie commerciale

- Identifier tous les plans des entreprises : du plan stratégique au plan marketing.
- **Atelier** : Rappel du rôle et des enjeux du manager commercial.
- Définir sa stratégie de croissance avec la matrice d'Ansoff.
- Intégrer les informations marketing/client pour estimer le potentiel du marché et ses évolutions.
- Clarifier le positionnement commercial.
- **Atelier** : analyser et exploiter sa position grâce au SWOT.

Organiser son portefeuille clients et sa répartition commerciale

- Analyser son portefeuille produit pour définir des couples clients/produits et les actions commerciales adaptées (Matrice ABC).
- **Atelier** : création d'un tableau de segmentation produit / clients.
- Gérer son portefeuille clients pour prioriser ses cibles et allouer les ressources nécessaires (Matrice IPO IPA).
- Analyser le cycle de vie de ses clients avec le modèle Radar.
- **Atelier** : Positionner ses activités/ses clients selon le cycle de vie commercial avec la Matrice RCA.
- Repérer les potentiels business de cross selling.

Faire un plan d'action commercial et le mettre en place

- Rappeler la stratégie commerciale et expliciter le contexte pour engager la force de vente.
 - Traduire ses décisions stratégiques en objectifs de vente et construire son business plan.
- m2iinformation.fr | client@m2iinformation.fr | 01 44 53 36 00 (Prix d'un appel local)

- Fixer des objectifs SMART pour pouvoir assurer leur pilotage.
- Détailler les actions commerciales appropriées et moyens associés pour estimer l'enveloppe budgétaire nécessaire.
- **Atelier** : Construction de son Business Plan et de son plan d'action commercial (PAC).
- Choisir des indicateurs de performance pour assurer le suivi du plan d'action commercial.
- Fixer les actions commerciales sur 7 niveaux.
- Rédiger un planning opérationnel pour optimiser les ressources et moyens commerciaux.
- **Atelier** : construire son planning opérationnel.
- Identifier et sélectionner les axes de distribution et les canaux de communication.

Vendre sa stratégie commerciale en interne et piloter son déploiement

- Développer un argumentaire percutant pour convaincre en interne : la méthode CAB.
- Donner du sens à sa démarche pour accompagner l'appropriation de sa stratégie commerciale par ses équipes.
- Partager sa vision à long terme pour fidéliser ses équipes commerciales.
- Sélectionner ses indicateurs de suivi (KPI).
- Construire un tableau de bord pour suivre les actions commerciales et prendre les mesures correctives adaptées.
- **Atelier** : construire son tableau de bord.
- Développer la synergie avec les équipes marketing et commerciale .
- **Boîte à outils** : comment faire fédérer à son plan en interne.

Comment faire un recrutement efficace ? (e-learning)

- Identifier vos besoins en recrutement
- Découvrir des méthodes efficaces de recrutement
- Etre plus efficace et professionnel
- Mettre en place une stratégie de recrutement
- Apprendre à sélectionner les meilleurs candidats

Préparer et animer les réunions d'équipe (e-learning - 3.5h)

- Gérer l'organisation d'une réunion
- Savoir mener une réunion

Agir en leader (e-learning - 7 heures)

- Rappeler les définitions théoriques du leadership et leur évolution
- Expliquer le leadership et son application
- Identifier les qualités du leader
- Rendre ses équipes performantes
- Bien se connaître pour exploiter son potentiel

Module distanciel

- Que manage réellement un manager ?

Personnaliser son style de management selon son équipe commerciale

- **Autodiagnostic** : comprendre son style de management pour identifier ses points forts et ses axes d'amélioration.
- Analyser et comprendre les personnalités au sein de son équipe commerciale : le profil DISC.

- Identifier les sources de motivation de son équipe commerciale.
- Elaborer son plan d'action commercial pour son équipe.
- Gérer les émotions dans la relation avec son équipe commerciale.

Comprendre et encadrer son équipe commerciale efficacement

- Établir un diagnostic de son équipe commerciale : adéquation compétences acquises et requises.
- Mener des entretiens d'évaluation : méthodes et outils.
- Assurer la montée en compétences de ses commerciaux par des entraînements.
- Animer des réunions commerciales utiles, engageantes et dynamiques : structure et techniques d'animation.
- Animer des réunions à distance ou en hybride : méthode et outils.
- Faire preuve d'assertivité pour assumer ses décisions avec constructivité.
- Favoriser l'autonomie de ses commerciaux en déléguant efficacement.
- **Atelier pratique** : Mise en situation d'entretien d'évaluation.

Piloter la performance commerciale de son équipe

- Faire adhérer son équipe commerciale à des objectifs ambitieux et réalisables.
- Choisir les actions à mener en priorité et bien les répartir dans son équipe.
- Conduire des entretiens managériaux efficaces et constructifs.
- Motiver son équipe commerciale par l'exemple.
- Accompagner ses commerciaux sur le terrain.
- Suivre les performances individuelles et collectives de son équipe commerciale : tableaux de bord des ventes.
- Anticipation des écarts, priorisation et optimisation des efforts : piloter les performances commerciales individuelles et collectives.
- Digitaliser sa démarche commerciale : social selling.

Mobiliser son équipe commerciale : entretiens et leviers de la motivation

- Pratiquer l'écoute active et communiquer avec empathie.
- Assurer des entretiens d'évaluation justes et efficaces : techniques et méthodes
- Pratiquer le coaching et management à distance
- Mener des entretiens individuels stimulants.
- Valoriser les succès individuels et collectifs.
- Réagir face à des résultats insuffisants : remobiliser un commercial démotivé.
- **Atelier pratique** : mise en situation à la résolution de conflit.

Coaching et management commercial

- Appréhender les spécificités du coaching : méthodes et principes.
- S'approprier ses missions de coach : savoir-faire.
- Identifier les qualités requises pour être un bon coach : savoir-être.

Coaching individuel : développer le potentiel de ses commerciaux

- Diagnostic : des profils et besoins d'accompagnement de son équipe
- Adapter son mode de communication à chaque collaborateur et situation.
- Favoriser la prise d'initiatives : susciter confiance et estime de soi
- Atelier : mener une session de coaching efficiente.
- Réaliser des entretiens individuels mobilisateurs et stimulants.
- Assurer un suivi terrain pour mieux satisfaire ses clients.
- Atelier : réussir les visites accompagnées.

Coaching collectif : soutenir la performance de l'équipe commerciale

- Diagnostic : réaliser la matrice de compétences/motivation de son équipe.
- **Atelier** : construire un plan de développement d'équipe fédérateur et engageant.

- Trouver le juste équilibre entre autorité et proximité : la méthode DESC.
- Atelier : animer des réunions commerciales utiles, engageantes et dynamiques.

Allier coaching et performance commerciale

- Développer un management du dépassement de la performance au quotidien : les leviers de motivation.
- Incentives, challenges... : bonnes pratiques et leviers pour stimuler les potentiels commerciaux.
- Utiliser la mesure de la performance commerciale pour encourager collectivement et individuellement.

Dans le cadre de la certification : quiz de validation des connaissances des thèmes du module.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d'évaluation des acquis

- En cours de formation, par des exercices pratiques
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d'accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme. Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation. Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.