

## COACHER LA FORCE DE VENTE

- ◆ **Personnes concernées :**
  - ✓ Tout manager, direct ou transversal, amené à coacher une force de vente sédentaire (en face à face ou au téléphone) ou itinérante
  
- ◆ **Objectifs :**
  - ✓ Acquérir les bases et les techniques du coaching commercial
  - ✓ Renforcer son rôle de manager à travers un accompagnement régulier de la force de vente
  - ✓ Engendrer un cercle vertueux accompagnement/valorisation/apport de valeur ajoutée/augmentation des résultats.
  - ✓ Aider chaque collaborateur de la force de vente à atteindre ses objectifs
  
- ◆ **Contenu :**
  - Partie 1 : préparation**
    - ✓ Le coaching, qu'est ce que c'est ?
    - ✓ Quels sont les différents types de coaching ?
    - ✓ Combien faut-il prévoir de coachings ? Quelle fréquence adopter ?
      - Le **tableau de fréquences** des coachings des membres de l'équipe
    - ✓ Comment le préparer ? Comment l'organiser ? Que préparer seul ? Que préparer avec le collaborateur ?
      - La préparation de la journée
      - La préparation de chaque rendez-vous
    - ✓ Quel support utiliser pour l'évaluation du collaborateur ?
      - La **grille d'analyse** du collaborateur
  
  - Partie 2 : l'entretien d'accompagnement**
    - ✓ Comment se déroule-t-il ?
      - Comment se présenter au client (cas d'une vente en face à face)
      - Dans quel cas peut-on/doit-on intervenir ?
      - Quelles sont les attitudes et comportements à adopter/à proscrire ?
    - ✓ Quels documents utiliser ?
      - Le **mémo de prise de notes** du coach
  
  - Partie 3 : l'entretien de débriefing**
    - ✓ Comment clôturer chaque entretien commercial ?
    - ✓ Comment fixer les objectifs sans brusquer ? Comment impliquer le collaborateur ?
      - L'auto analyse
      - L'analyse du manager
      - Le **Plan de Progrès** pour l'entretien suivant
    - ✓ Comment terminer l'accompagnement de la journée ?

## Phase 4 : l'entretien d'évolution de fin de coaching

### La structure de l'entretien

- ✓ L'auto analyse
- ✓ L'analyse du manager
- ✓ Le **Plan d'Actions** associé au Plan de Progrès

### Le Plan d'Actions

- ✓ Recommandations générales :
  - Plan de Progrès complet
    - ❖ Qui ? coach et collaborateur
    - ❖ Quoi ? détail des solutions en général
    - ❖ Quand ?
      - Calendrier des actions à mener
      - Calendrier de suivi et de contrôle (points intermédiaires)
    - ❖ Comment ? choix du mode de communication entre le coach et le collaborateur (mail, téléphone, fax)
- ✓ Recommandations spécifiques concernant les clients vus en coaching avec le collaborateur
  - Courrier, document à rechercher/fournir, relances à effectuer, programmation d'une autre visite, méthodes à développer, comportements à adopter...
  - Tactique à mettre en place avec préparation de l'entretien de suivi
    - ❖ Points à mettre en avant
    - ❖ Personnes à prévoir :
      - du côté du client
      - du côté de la société du collaborateur formé

## Phase 5 : comment analyser son action de coach ?

- ✓ La **grille d'auto-analyse** du coach

### ◆ Méthode pédagogique et outils construits :

- ✓ Construction et adaptations d'outils :
  - Le tableau de fréquence des coachings
  - La grille d'analyse du collaborateur
  - Le mémo de prise de notes du coach
  - Le Plan de Progrès et le Plan d'Actions associé
  - La grille d'auto-analyse du coach
- ✓ Etudes de cas
- ✓ Simulations filmées et débriefées à chaud

### ◆ Durée :

- ✓ 3 jours