

FORMATION : Développer la dynamique commerciale d'une équipe pour booster la performance et les ventes



Pourquoi cette formation

L'équipe commerciale est souvent un ensemble d'électrons libres qui « ont le truc » ou qui ne l'en pas. Qui savent vendre ou qui ne savent pas.

Dans une autre grande partie des entreprises, personne se s'occupe développer la vente, elles vendent aux clients qui sont là.

Les entreprises n'exploitent jamais pleinement leur **potentiel commercial**.

Manque de prospection, ventes opportunistes, absence de structuration des équipes commerciales, indicateurs inadaptés... autant de freins qui limitent la croissance.

À qui s'adresse cette formation

Dirigeants, managers commerciaux, responsables des ventes, équipes commerciales qui veulent une approche concrète et actionnable pour structurer leur développement commercial et optimiser leur performance



Suzon Roche

Formatrice et consultante depuis 6 ans, j'ai personnellement accompagné plus de 200 dirigeants et managers

Objectifs de la formation

- Questionner la stratégie commerciale pour développer la clientèle
- Définir des indicateurs commerciaux pertinents pour piloter efficacement la performance
- Organiser le pilotage de l'équipe commerciale
- Organiser une montée en compétences efficace entre vos meilleurs vendeurs et le reste de l'équipe



LIVRABLES

1. Plan d'action commercial sur mesure pour l'équipe
2. Tableau de bord du commercial
3. Routine de l'équipe commerciale

Modalités



Durée : 2 sessions de 3 heures en entreprise (+ préparation avec le dirigeant de 1h30)



Lieu : intra entreprise (ou dans une salle louée pour l'occasion)



Participants :
1 manager + son équipe
15 personnes maximum



Tarif : 1400 € HT
(hors frais de déplacement)

Possibilité d'adapter certaines modalités de la formation en fonction de vos enjeux spécifiques.

Programme

Séance de préparation avec le dirigeant puis le manager.

Session 1 – Structurer la stratégie commerciale (3h)

- Identifier les leviers de développement : prospection, montée en gamme, récupérations des achats faits ailleurs.
- Travailler les marges et la rentabilité.
- Mettre en place un pilotage simple :
 - indicateurs de moyens,
 - objectifs pertinents,
 - réunions commerciales utiles.
- Structurer la base clients : segmentation, potentiel, rythme de visites et relances.
- Capitaliser sur les meilleurs vendeurs : transmission des compétences et progression des profils moins performants.
- Construire un plan d'action commercial à 6 mois.

Session 2 – Passage à l'action & routines commerciales (3h)

- Finaliser la segmentation clients et les priorités.
- Ajuster le plan d'actions court et moyen terme.
- Structurer l'agenda commercial : visites, prospection, suivi des opportunités.
- Optimiser la préparation et la conduite des rendez-vous.
- Mettre en place une feuille de route et un rythme de pilotage simple.
- Installer des routines de progression continue pour l'équipe commerciale.

Contactez-nous



06 58 54 14 28



Suzon.roche@suroconseil.fr



suroconseil.fr



Yvelines, Paris