

LE MANAGER COMMERCIAL ET SON EQUIPE

► Besoins des commerciaux et Réponses du Management commercial

Besoin de contribution	<ul style="list-style-type: none">Constater ses apports à l'équipe, à l'entreprise, à la clientèle	Responsabilisation Délégation
Besoin de développement	<ul style="list-style-type: none">Progresser dans ses pratiques	Coaching - Formation Accompagnement
Besoin de certitude	Avoir un cadre de travail : méthodes, outils, objectifs	Consignes - Règles Normes - Procédures
Besoin de d'incertitude	<ul style="list-style-type: none">Exploiter les apports du stress positifJouer avec les défis	Discussion et négociation sur les objectifs et les moyens - Challenges
Besoin d'être apprécié	<ul style="list-style-type: none">S'assurer de sa place dans l'équipe	Echanges participatifs
Besoin d'être reconnu	<ul style="list-style-type: none">Etre estimé à sa juste valeur	Contrôle - Evaluation Gratification - Récompenses

LES LEVIERS DES REUNIONS COMMERCIALES

► 4 styles d'animation et leurs effets sur l'équipe commerciale

- ❖ **AUTORITAIRE** : impose ses idées - décide de la méthode - allergique aux avis contraires
 - bon rendement au début car les participants peuvent se sentir sécurisés
 - dégradation progressive de la motivation du groupe - émergence de non-dits, de tensions
 - risque de conflits latents ou exprimés
 - frustration puis critiques après la réunion

- ❖ **LAISSER FAIRE** : pas d'objectif ou flou - attend les initiatives du groupe - temps non maîtrisé
 - insatisfaction totale : personne n'est gagnant - l'animateur perd tout crédibilité, le fond n'est pas traité : sentiment de perte de temps et d'inutilité
 - rendement proche de zéro

LES LEVIERS DES REUNIONS COMMERCIALES

► 4 styles d'animation et leurs effets sur l'équipe commerciale

- ❖ **RELATIONNEL** : toujours attentif au bien-être de chacun et au climat
 - rendement médiocre et démobilisation probable au fil de la réunion
 - ambiance agréable qui se dégrade car le groupe constate une avancée trop lente
 - risque de conflits latents ou exprimés
 - participants sécurisés au début, frustrés puis critiques après la réunion

- ❖ **PARTICIPATIF** : définit des objectifs négociables, propose une méthode de travail respecte un équilibre entre son rôle de Production et son rôle Relationnel
 - bon rendement : participants impliqués au départ, considérés et responsables
 - état d'esprit positif favorisant l'envie de faire

LE CONTRÔLE DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE

► Les caractéristiques d'un bon objectif commercial

UN BON OBJECTIF EST ...	AVANTAGES	ERREURS A NE PAS COMMETTRE
Simple sur le fond et la forme	Lisible, compréhensible	Usines à gaz => éparpillement
Précis et Mesurable	Appréciation et évaluation possible	Le flou => démotivant et source de conflit
Accessible, réaliste	Motivation - implication	Hors d'atteinte => contre-productif
Compatible avec la stratégie	Cohérence	Décalage => incompréhension, suspicion
Spécifique, adapté, équitable	Considération	Incohérence => injustice, colère
Gratifiant	Estime de soi, envie de faire	L'absence de challenge => routine
Modifiable, ajustable	Réactualisation possible face aux imprévus, évolution marché, changements stratégie	La rigidité => démobilisation, insatisfaction
Accepté, intégré par le collaborateur	Appropriation par chacun	Non adhésion => opposition, accord de façade