

COACHER ET FAIRE GRANDIR SES COMMERCIAUX

Développer une posture de coach favorisant performance et autonomie, diagnostiquer les besoins individuels de montée en compétences, maîtriser les techniques de coaching commercial opérationnel, adapter son management selon le profil du collaborateur, et instaurer une culture d'apprentissage continu et de progression mesurable.

PROGRAMME

1. ADOPTER LA POSTURE ET LES FONDAMENTAUX DU COACH COMMERCIAL

Différencier le rôle de manager et de coach

Modèle Manager vs. Coach, identification des postures managériales, Coaching Compass.

Comprendre les leviers de motivation et d'apprentissage des commerciaux

Self Determination Theory (SDT), modèle SCARF, analyse motivationnelle, activation des leviers autonomie, sens et reconnaissance.

Installer un climat de confiance propice au développement

Ecoute active, communication bienveillante, reformulation constructive, Non Violent Communication (NVC), confiance par cohérence et clarté.

2. DIAGNOSTIQUER LES BESOINS DE DÉVELOPPEMENT INDIVIDUELS

Évaluer les compétences et la performance terrain

Skill Matrix, évaluation 3 axes (savoir, savoir-faire, savoir-être), Competency Grid.

Identifier les freins à la performance commerciale

Entretien d'analyse comportementale, méthode 5 Why's, observation terrain, repérage des blocages psychologiques et contextuels.

Formuler un diagnostic partagé et motivant

Cco-construction du plan d'amélioration, approche Feedforward, Development Sheet.

3. MAÎTRISER LES TECHNIQUES DE COACHING COMMERCIAL OPÉRATIONNEL

Structurer un entretien de coaching orienté résultats

GROW Model (Goal, Reality, Options, Will), Coaching Plan.

Utiliser les bonnes questions pour faire progresser le collaborateur

Questionnement maïeutique, reformulation ouverte, écoute en profondeur, modèle Socratic Coaching.

Soutenir la mise en action et la responsabilisation du commercial

Suivi post-coaching, contrat d'engagement, micro-objectifs, boucle d'amélioration continue (PDCA personnel).

4. DÉVELOPPER LA CULTURE DU COACHING DANS SON ORGANISATION

Intégrer le coaching dans les routines managériales

Rituels "1:1", points d'équipe coaching, feedback régulier, Coaching Calendar.

Créer un environnement d'apprentissage collectif

Peer coaching, communautés de pratiques, mentorat, Learning Organization (Senge).

Mesurer l'impact du coaching sur la performance commerciale

Indicateurs de progression, auto-évaluation des commerciaux, Coaching Impact Tracker.

RÉF : MA-CG

DURÉE

2 Jours

CIBLE

Directeurs Commerciaux, Sales Managers, Key Account Directors, Responsables de la Performance Commerciale.

PRÉREQUIS

Avoir suivi la formation "Manager la performance des équipes" ou exercer une fonction de management commercial direct ou transversal.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Développer une posture de coach au service de la performance et de l'autonomie.
- Savoir diagnostiquer les besoins individuels de montée en compétences.
- Maîtriser les techniques de coaching commercial opérationnel.
- Adapter son style de management selon le profil et la maturité du collaborateur.
- Installer une culture d'apprentissage continu et de progression mesurable.

PÉDAGOGIE

- Approche expérientielle : simulations d'entretiens de coaching, études de cas et feedbacks directs.
- Méthodes actives : co-développement, analyse de situations réelles vécues par les participants.
- Ateliers pratiques : diagnostic de compétences, plan d'action individuel, coaching filmé.
- Accompagnement personnalisé : feedback de progression sur la posture de coach.

FORMAT : PRÉSENTIEL