

DIRIGER LA TRANSFORMATION COMMERCIALE

Comprendre les leviers organisationnels, humains et technologiques de la transformation commerciale, concevoir une feuille de route adaptée, piloter le changement de culture et de pratiques, assurer la cohérence entre stratégie, processus, outils et compétences, et mesurer tout en ancrant durablement les résultats.

PROGRAMME

1. COMPRENDRE LES ENJEUX DE LA TRANSFORMATION COMMERCIALE

Identifier les déclencheurs de transformation commerciale

Diagnostic stratégique, analyse des ruptures marché, veille concurrentielle, Transformation Scan.

Analyser la maturité commerciale de l'organisation

Sales Maturity Model, grille de diagnostic en 5 dimensions (stratégie, processus, outils, culture, performance), Maturity Matrix.

Clarifier la vision et les objectifs de transformation

Formulation d'un "North Star Goal", alignement des sponsors internes, approche Vision-Strategy-Execution.

2. ÉLABORER LA FEUILLE DE ROUTE DE TRANSFORMATION

Construire un plan de transformation réaliste et progressif

Roadmapping stratégique, plan 30/60/90 jours, Transformation Roadmap.

Prioriser les chantiers de transformation

Impact vs. Effort Matrix, analyse des quick wins et des leviers structurants, équilibre entre initiatives stratégiques et opérationnelles.

Mobiliser les sponsors et parties prenantes clés

Stakeholder Mapping, plan de communication et d'adhésion, Change Influence Grid.

3. PILOTER LE CHANGEMENT ORGANISATIONNEL ET HUMAIN

Conduire le changement et accompagner la résistance

Kotter's 8 Steps, ADKAR Model,

stratégie d'implication progressive, implication par la co-création et les victoires rapides.

Aligner les pratiques managériales avec les nouveaux objectifs

Coaching collectif, révision des routines de pilotage, délégation responsabilisante, Change Toolkit.

Former et faire évoluer les compétences commerciales

Plan de montée en compétences, microlearning, programmes blended, intégration continue dans les rituels d'équipe.

4. DIGITALISER LES PROCESSUS ET OUTILLER LA TRANSFORMATION

Moderniser les processus commerciaux par la technologie

Cartographie des processus à digitaliser, automatisation intelligente, CRM's avancés, Sales Enablement Platform, IA conversationnelle.

Adopter une approche data-driven dans la prise de décision

Analyse des données de vente, indicateurs Data Cockpit.

Sécuriser l'adoption des outils digitaux

Stratégie d'adoption (champions, onboarding progressif, feedback continu), plan d'engagement utilisateur et mesure de l'adoption.

5. ANCRER DURABLEMENT LA TRANSFORMATION

Mettre en place un système de pilotage et de gouvernance continue

Transformation Steering Committee, rituels de revue trimestrielle, Governance Dashboard.

Mesurer les résultats et ajuster le plan de transformation

Indicateurs d'impact court, moyen et long terme, boucle d'amélioration continue PDCA.

Faire vivre la culture du changement et de la performance

Communication inspirante, reconnaissance des succès, storytelling managérial, Transformation Culture Playbook.

RÉF : MA-TR

DURÉE

3 Jours

CIBLE

Directeurs Commerciaux, Directeurs Généraux, Sales Enablement Leaders, Responsables Transformation, Head of Sales Operations.

PRÉREQUIS

Occuper une fonction de direction commerciale ou avoir un rôle décisionnel dans la mise en œuvre de projets de transformation ou d'optimisation des ventes.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Comprendre les leviers organisationnels, humains et technologiques de la transformation commerciale.
- Concevoir une feuille de route de transformation adaptée aux réalités du marché.
- Piloter le changement de culture et de pratiques commerciales.
- Assurer la cohérence entre stratégie, processus, outils et compétences.
- Mesurer et ancrer les résultats dans le temps.

PÉDAGOGIE

- Approche expérientielle : ateliers de diagnostic, design de roadmap et simulation de comités de transformation.
- Méthodes collaboratives : co-création de plans de transformation réels.
- Coaching stratégique : accompagnement sur la posture de leader du changement.
- Cas pratiques : étude de transformations réussies dans des contextes B2B et Grands Comptes.

FORMAT : PRÉSENTIEL