



OFPPT

مكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل

Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail

MODULE:

Le management de la force
de vente



Thème d'exposé :
« L'animation de la force de vente »

Réalisé par:

Youssef



Plan:

- *Introduction*
- *Définitions*
- *Le rôle de l'animateur*
- *Les objectifs de l'animation*
- *Les types de l'animation*
- *Les techniques d'animation*
- *conclusion*



Introduction:

Même si le recrutement est efficace, la rémunération motivante et adaptée, la formation attrayante, le style de management doit maintenir et améliorer la productivité commerciale, est le rôle de l'animation d'améliorer les résultats.



Définition de la force de vente:

la force de vente est l'ensemble des personnels d'une entreprise qui est chargé de l'action commerciale auprès des prospects et des clients avec lesquels ils sont en contact direct.



Définition de l'animation de la FDV

Animer c'est:

faire en sorte qu'une activité harmonieuse et rationnelle et que les participants en tirent un profit maximum.

Le rôle de l'animateur:

Il doit notamment :

- ❖ aider les commerciaux dans la préparation de leurs documents;
- ❖ les accompagner sur le terrain périodiquement,
- ❖ leur apporter une aide dans l'organisation de leur travail;
- ❖ Motiver les vendeurs, pour qu'ils puissent donner la meilleure image de l'entreprise;
- ❖ Développer un climat de confiance et créer un esprit d'équipe.



Cet homme et à la fois le chef, l'animateur et l'arbitre de la force de vente, avec toutes les qualités que ces trois rôles impliquent :

§ En tant qu'animateur, doit être un guide, influence son équipe, crée un esprit d'équipe, coordonne entre ses membres et les motives.

§ En tant que chef, il faut qu'il soit un connaisseur, un expérimenté, il doit assumer ses responsabilités.

§ En tant qu'arbitre, il faut qu'il soit juste avec les membres de son équipe, règle les problèmes et les conflits avec diplomatie, leurs redonner confiance.

Donc, animer est le grand rôle du chef commercial :
*« Animer, c'est faire sentir une présence permanente
même à distance »*

*« L'animateur domine les situations sans dominer les
hommes »*



Objectifs de l'animation:

- Recherche l'accomplissement à travers l'action
- Évite le déplaisir que peut provoquer l'environnement
- entretenir la motivation par rapport au métier de vendeur, par rapport à l'entreprise
- inciter à vendre suivant les objectifs de l'entreprise



Des types d'action permettent aux entreprises d'animer/stimuler leurs vendeurs

vendre	
Avoir sa volonté de vendre	Être capable de vendre
<ul style="list-style-type: none">-Animation par la rémunération-Animation par les concours de vente-Animation par la participation-Évolution de carrière-Conventions-"Club-vendeurs"	<ul style="list-style-type: none">- Animation par la communication-Animation par l'information-Animation par la formation-Animation par les aides techniques-Animation par le contact personnel-Techniques de stimulation (stages sportifs,..)-Journées évènementielles (sportives, culturelles,.....)

Pour la mise en place de quelques-unes des ses animations, l'entreprise doit concevoir un système de planification

Les types d'animation:

1- La communication:

le responsable des ventes dispose de différents moyens tels que :

§ Les circulaires.

§ Les notes.

§ Les flashes d'information.

§ Les lettres personnelles.

§ Le journal de la force de vente.

§ La conférence.

§ La réunion des vendeurs.

Pour. Développer l'ambiance de travail



Réussir des réunions commerciales:

- Structurer ses réunions : "Comment varier les méthodes d'animation ?"
- Apporter une valeur ajoutée : "Comment accroître compétences et motivation à chaque réunion ?"
- Animer avec aisance et plaisir : "Comment capter l'attention, susciter l'adhésion, faire participer, faire agir ?"



2- Les aides techniques:

Ø Les aides pour le perfectionnement du vendeur on trouve généralement :

§ Le manuel de vente.

§ Les classeurs d'informations.

§ Les fichiers clients.

Ø Les aides pour la visite chez le client potentielles que :

Le documentaire, les catalogues, les échantillons et les produits de démonstration



3-La formation:

-

L'animateur doit donner au vendeur l'envie d'acquiescer les moyens d'adaptation par une formation appropriée

Elle permet de développer les capacités et aptitudes des vendeurs, ainsi que leur potentiel dont ils se sentiront utiles dans leurs vies professionnelles.



4-La délégation:

Le manager peut déléguer certaines tâches administratives et d'organisation qui intéresseront ses collaborateurs, mais surtout en déléguant des responsabilités qu'il transférera de son pouvoir et qu'il motivera plus particulièrement son équipe.



Les techniques d'animation:

1-Le climat de travail:

§ Le moral du groupe sens de l'unité, de l'intérêt commun et des responsabilités de groupe (l'esprit de corps). Il influence directement le moral de chaque individu.

§ Le moral du vendeur individuel son attitude vis-à-vis de la vie en général, de son travail et de société en particulier.

L'animateur doit faire en sorte que les relations interpersonnelles soient les meilleurs possibles.

2-L'accompagnement du vendeur sur le terrain:

La visite des clients par le vendeur accompagné de son animateur est une technique efficace d'animation, elle permet de :

§ Maintenir le contact avec les vendeurs.

§ Entretenir le climat de confiance et de compréhension avec les collaborateurs commerciaux.

§ Faire le point avec le vendeur sur son propre savoir faire



3-Les réunions de travail:

Les vendeurs sont aussi regroupés périodiquement pour faire le point avec leurs superviseurs. Ces rencontres sont de trois types :

§ Régulières : quotidiennes ou hebdomadaires.

§ Annuelles : ils se réunissent pour par exemple, présenter les résultats de l'année, etc.

§ Occasionnelles : ils se réunissent dans des évènements exceptionnelles (lancement d'un nouveau produit,...).



4-La rémunération des vendeurs:

Le système de rémunération choisi doit être stimulant et assure une stabilité du revenu, et avoisine celui des concurrents. Ainsi l'entreprise peut adopter un système de récompenses fondé sur les résultats



Conclusion:

D'après tout ça on peut constater que l'animation joue un rôle très important dans le cycle de vie d'un produit.

Car L'animation se concrétise dans les actions quotidiennes et le style de management adopté par le responsable commercial.

