

Table des matières

Partie 1

La fonction commerciale

Chapitre 1. Les métiers.....	4
001. Le classement des fonctions commerciales	4
002. La hiérarchie commerciale	6
003. Le responsable commercial	8
004. Le Key Account Manager (KAM).....	10
005. L'ingénieur technico-commercial.....	12
006. L'administration des ventes ou fonction support.....	14
007. Le commercial – le vendeur	16
Chapitre 2. Les statuts juridiques	18
008. L'externalisation de la force de vente.....	18
009. Le VRP.....	20
010. L'agent commercial	22
011. Le salarié.....	24
Chapitre 3. Les compétences	26
012. Les compétences du manager	26
013. Les compétences techniques ou hard skills	28
014. Les compétences comportementales ou soft skills.....	30
015. Gérer son stress	32
016. Les compétences transverses	34
Chapitre 4. Les tâches organisationnelles.....	36
017. Organiser le travail des commerciaux sédentaires.....	36
018. Organiser le travail des commerciaux itinérants	38
019. La gestion des tournées	40
Chapitre 5. Les missions	42
020. Le management et le pilotage.....	42
021. Les notions juridiques.....	44
022. L'éthique / la RSE	46
023. Égalité, discrimination, diversité.....	48

Chapitre 6. L'organisation / La structure.....	50
024. La place de l'équipe commerciale dans l'organigramme.....	50
025. Le lien entre le département marketing et le département commercial.....	52
026. Répartir les secteurs des commerciaux.....	54
027. Répartition par territoire / répartition par produit.....	56
028. Répartition par client ou marché / répartition par étapes de vente.....	58
029. Réorganiser sa force de vente	60

Partie 2

Le management

Chapitre 1. Les styles de management	64
030. Les trois optiques du management	64
031. Le management directif	66
032. Le management persuasif	68
033. Le management paternaliste.....	70
034. Le management par objectif	72
035. Le management délégitif	74
036. Le management bienveillant.....	76
037. Le management et l'intelligence émotionnelle.....	78
Chapitre 2. Les types de management	80
038. Le management interculturel	80
039. Le management générationnel	82
040. Le management à distance.....	84
041. Le management par l'image de marque.....	86
042. Le management des connaissances ou le Knowledge Management.....	88
Chapitre 3. Les responsabilités managériales	90
043. Les réunions	90
044. La gestion du changement.....	92
045. La gestion du risque	94
046. La prévention et la gestion des risques psychosociaux	96
047. La gestion des conflits.....	98
048. La gestion des crises.....	100

Chapitre 4. Les outils de la motivation	102
049. Les facteurs de motivation.....	102
050. Le team building	104
051. La délégation des tâches	106
052. L'accompagnement terrain.....	108
053. Le brief.....	110
054. Les entretiens.....	112
055. L'entretien à 360°	114
056. Les promotions	116
Chapitre 5. La formation	118
057. Les besoins en formation.....	118
058. Les différents types de formation.....	120
059. Le plan de formation	122
060. Le coût de la formation.....	124
Chapitre 6. La gestion de projet.....	126
061. Le rôle de chef de projet.....	126
062. La note de cadrage	128
063. La matrice RACI	130
064. Le diagramme de Gantt.....	132
065. Le budget	134
066. Le tableau de bord de suivi.....	136
067. Les réunions de projet.....	138
068. La capitalisation des connaissances	140

Partie 3

Le recrutement

Chapitre 1. L'origine du recrutement.....	144
069. Les enjeux du recrutement.....	144
070. Fidéliser ou recruter ?	146
071. Les différentes origines d'un recrutement	148
072. Recenser les ressources disponibles et les besoins	150
073. Les besoins en compétences.....	152
074. La taille de la force de vente.....	154
075. Les différents types de contrats	156

Chapitre 2. Le processus	158
076. Établir un profil de poste.....	158
077. Recrutement interne ou externe	160
078. Choisir un mode de recrutement.....	162
079. Les annonces	164
080. La place des réseaux sociaux dans le recrutement.....	166
081. Le tri des candidatures	168
082. Les entretiens.....	170
083. Les tests	172
084. Le choix définitif du candidat.....	174
085. L'intégration ou Onboarding.....	176
086. L'intégration spécifique au commercial.....	178
Chapitre 3. Les contraintes	180
087. Les contraintes juridiques	180
088. La gestion du temps	182
089. Le budget	184
090. La gestion des soft skills	186
Chapitre 4. Le long terme.....	188
091. Le mentoring.....	188
092. Se séparer d'un commercial.....	190

Partie 4

La rémunération

Chapitre 1. Les composantes du système de rémunération.....	194
093. Les enjeux de la rémunération.....	194
094. Les modes de rémunération	196
095. La rémunération selon le statut juridique	198
096. Les commissions	200
097. Les primes sur objectifs	202
098. Les autres primes.....	204
099. Les avantages en nature.....	206
100. Les avantages sociaux	208
101. Les périphériques légaux.....	210

Chapitre 2. Les contraintes liées à la rémunération.....	212
102. Les heures supplémentaires	212
103. La masse salariale.....	214
104. Le tableau de bord de la masse salariale	216
Chapitre 3. Les outils spécifiques aux commerciaux	218
105. Les incentives	218
106. Le challenge de vente	220

Partie 5

Le pilotage

Chapitre 1. Le pilotage commercial	224
107. Définir la performance commerciale.....	224
108. Le système de pilotage commercial	226
109. Les enjeux du pilotage commercial	228
110. Les outils du pilotage commercial.....	230
Chapitre 2. Les objectifs.....	232
111. La mise en place des objectifs	232
112. Les objectifs long terme	234
113. Les différents types d'objectifs.....	236
114. Les objectifs des commerciaux	238
115. Comment formuler un objectif de performance.....	240
116. Transmettre les objectifs	242
117. L'acceptation des objectifs par la méthode SMARTIES	244
Chapitre 3. Le tableau de bord	246
118. Les objectifs d'un tableau de bord	246
119. Les analyses préalables à la création du tableau de bord.....	248
120. La méthodologie de création d'un tableau de bord	250
121. Les indicateurs ou KPI qualitatifs	252
122. Les indicateurs ou KPI quantitatifs	254
123. Les actions à mener / les actions correctives.....	256