

Développer la performance d'une équipe de managers de points de vente

RS3639 · RS · Publiée

L'essentiel

Code(s) NSF	242p, 241, 312
Formacode(s)	34561
Type d'enregistrement	Enregistrement sur demande
Date d'échéance	31/12/2021

Certificateur(s)

RMS CONSULTING · SIRET : 82457886800013

Résumé de la certification

OBJECTIFS ET CONTEXTE

Tout public, salarié comme demandeur d'emploi

Suivre et accompagner son équipe de managers de point de vente afin qu'ils aient les outils pour développer la performance de chacun des points de vente de son réseau, ce qui passe par :

- établir un diagnostic de son réseau de point de vente,
- développer des plans d'actions,
- recruter les bons managers,
- mettre en place le suivi des ventes et de la clientèle,
- développer les compétences managériales de ses managers,
- développer l'autonomie des managers,
- motiver, féliciter et recadrer,
- mener les entretiens d'évaluation.

COMPÉTENCES ATTESTÉES

A1. Réalisation d'un diagnostic d'un réseau de points de vente

- Effectuer une analyse quantitative et qualitative des résultats du réseau pour identifier les performances et anticiper les problèmes.

L'objectif pour le responsable de réseau de points de vente est d'analyser les résultats quantitatifs et qualitatifs de son réseau en comparaison à ses objectifs, à ceux de l'année précédente et à ceux du réseau auquel il appartient, afin d'identifier les bonnes pratiques qui génèrent de la performance, pour les transmettre, et identifier les non-performances, pour les résoudre et les réduire grâce à une meilleure anticipation.

A partir du tableau de suivi des résultats de son réseau de points de vente et de ceux du réseau global, le responsable de réseau est capable d'analyser les indicateurs de performance pour identifier les performances et les non-performances. Il connaît la méthode pour identifier les causes racines de ces performances, et est capable de les valider en échangeant avec les parties prenantes et en faisant des observations pertinentes sur le terrain, afin d'avoir les éléments nécessaires à la conception d'un plan d'action.

A2. Identification d'actions adaptées au réseau de points de vente

- Construction d'un plan d'action relatif au diagnostic du réseau de point de vente.

L'objectif pour le responsable de réseau de points de vente est de construire un plan d'action à partir du diagnostic de son réseau de points de vente, pour identifier les forces, les opportunités et les axes d'améliorations du réseau, afin de développer tangiblement la performance de son réseau.

A partir du diagnostic de son réseau de points de vente, le responsable est capable de construire un plan d'action qui s'appuie sur des données factuelles et concrètes, en priorisant les actions à mettre en place, en définissant les moyens à mobiliser et en établissant une planification des tâches réalistes afin que la solution proposée soit adaptée

à ses ressources. Il connaît les clefs pour fixer des objectifs quantitatifs et qualitatifs spécifiques, mesurables, accessibles, réalistes et définis dans le temps pour faire adhérer les parties prenantes et d'obtenir des changements de comportement.

A3. Recrutement et intégration de managers de point de vente

- Rechercher puis sélectionner des profils grâce à des techniques de recrutement et préparer leur intégration.

L'objectif pour le responsable de réseau de points de vente est de capitaliser sur des méthodes de recrutement efficaces pour identifier les profils de managers adaptés à ses besoins tout en évitant de perdre du temps en rencontrant des candidats non pertinents.

Le responsable de point de vente est capable de recruter les responsables de point de vente pertinent en utilisant une méthode structurée afin de réduire le risque d'erreur de recrutement, d'être autonome et de gagner du temps. Il sait définir les critères incontournables pour le poste à pourvoir, déterminer les canaux de communication de l'offre d'emploi et la diffuser, faire une sélection des candidatures reçues par la lecture du curriculum vitae et un premier entretien téléphonique, afin de ne rencontrer que les candidats pertinents. Il est également capable de mener un entretien de recrutement en étant dans une posture qui contribue à donner envie au candidat potentiel de rejoindre son équipe tout en décelant s'il correspond à ses besoins, en termes de savoir-être et compétences, pour mettre de côté les candidats non pertinents. Il connaît les éléments constitutifs d'un parcours d'intégration réussi pour transformer l'intégration du candidat en succès et pérenniser le recrutement.

A4. Réalisation du suivi des ventes et de clientèle avec le manager de point de vente

- Recueillir et analyser les entretiens et les supports de suivi des ventes et de suivi de clientèle afin de fixer des objectifs de développement.

L'objectif pour le responsable de réseau de points de vente est de responsabiliser ses managers sur le développement de leurs compétences de vente écoutée et de suivi de clientèle, grâce à une approche participative et valorisante, et à la mise en place d'accompagnements courts et concrets, afin de les rendre plus performants plus rapidement.

Le responsable de réseau de points de vente est capable de faire analyser une vente à son manager de point de vente en faisant ressortir les compétences acquises et les compétences manquantes. Il a la matière pour apporter des conseils pertinents au manager pour l'accompagner en palliant les manques et est capable de mettre en place un plan d'accompagnement avec des objectifs de développement précis pour capitaliser sur cet échange. Il connaît la posture à prendre pour permettre au manager d'être pro-actif sur l'auto-analyse de sa vente et sur les solutions de développement à identifier, tout en le valorisant pour le responsabiliser dans sa démarche de montée en compétences. Il sait quels outils potentiels il peut utiliser pour suivre l'accompagnement de ses managers sur la vente et le suivi de clientèle afin de piloter au mieux ses actions.

A5. Développement des compétences managériales du manager de point de vente.

- Organiser avec le manager de points de vente le suivi du développement de ses propres compétences

L'objectif pour le responsable de réseau de points de vente est de faire monter en compétences ses managers sur leurs compétences managériales, grâce à la mise en place d'accompagnements participatifs et valorisants. Le responsable de réseau pourra ainsi permettre à ses managers de point de vente de grandir sur leur capacité à emmener leur équipe de vendeurs, organiser leur travail, les monter en compétence sur la vente, les motiver et les animer.

Le responsable de réseau de points de vente est capable d'analyser les compétences de son manager de point de vente en faisant ressortir celles qui sont acquises et celles qui sont à développer. Il connaît la posture à prendre pour faire parler le manager de point de vente et lui permettre d'être dans l'auto-analyse, puis dans l'identification de solutions, dans le but de le responsabiliser sur le développement de ses propres compétences. Il sait l'aider à mettre en place un plan d'accompagnement de son équipe de vendeurs qui lui permettra de les faire monter en compétences sur la vente et le suivi de clientèle sur le long terme. Il sait être concret et valorisant pour le faire adhérer et l'engager. Il connaît également les outils potentiels qu'il peut utiliser pour piloter l'accompagnement de ses managers de point de vente.

A6. Développement de l'autonomie du manager de point de vente

- Appliquer une technique de résolution de problème avec le manager de point de vente pour contribuer à développer son autonomie

L'objectif pour le responsable de réseau de points de vente est de faire en sorte que, à terme, ses managers puissent identifier, seuls, les freins de leurs vendeurs à la non-application de leurs directives (pouvoir, vouloir ou savoir) et concevoir, seuls, les solutions adéquates afin de lever ces résistances. Il s'agit d'un gain de temps pour le manager de réseau qui pourra se consacrer à des projets structurants.

Le responsable de réseau de points de vente est capable de faire identifier à son manager de point de vente la

typologie de résistance d'un vendeur donné dans une situation donnée afin qu'il conçoive la solution appropriée. Il sait adopter la posture permettant à son manager d'être créatif dans la recherche de solution pour ne pas être sollicité la prochaine fois que la situation se reproduira. Il connaît la méthode pour valoriser et encourager l'autonomie de son manager de point de vente afin d'encourager la récurrence de ce comportement. Il est capable de mettre en place un plan d'accompagnement individuel et sait quels outils potentiels il peut utiliser pour suivre l'accompagnement de ses managers de points de vente sur leur capacité à résoudre seuls leur problèmes afin de eux les rendre plus efficaces, et lui, se libérer du temps.

A7. Encadrement du manager de point de vente

- Recadrer, motiver et féliciter le manager de point de vente au travers les techniques appropriées.

L'objectif pour le responsable de réseau de points de vente est de suivre chaque manager de son équipe pour leur donner envie de s'impliquer et de monter en compétences, ne pas accepter tacitement une situation ou un comportement en dehors du cadre, ne pas mettre à mal la relation avec ses managers par une communication non adaptée.

Le responsable de réseau de points de vente connaît la méthode de félicitation, réaction correctrice et recadrage, et sait à quel moment utiliser chacune d'entre elle. Il a les outils pour mener un entretien afin de féliciter les belles performances de ses managers de point de vente, en donnant du sens par rapport à l'objectif stratégique du réseau de points de vente. Il est également capable de mener une réaction correctrice et un entretien de recadrage en étant factuel, adapté au contexte et au mode de fonctionnement de son collaborateur pour ne pas impacter sa motivation. Il sait communiquer les règles, identifier les manquements et faire générer la solution par le manager pour que la situation identifiée ne se reproduise plus.

A8. Mise en place des entretiens d'évaluation semestrielle d'un manager de point de vente

- Réaliser les entretiens d'évaluation semestrielle d'un manager de point de vente.

L'objectif pour le responsable de réseau de points de vente est d'utiliser les entretiens d'évaluation semestriels avec son équipe pour suivre, évaluer et développer la performance de ses managers de points de vente, afin de donner d'atteindre les objectifs de performance du réseau de points de vente.

A partir des méthodologies d'entretien d'évaluation, le responsable de réseau de points de vente est capable de préparer les entretiens pour qu'ils soient efficaces et impactants. Il sait mener les entretiens en étant valorisant, concret et participatif, afin d'obtenir l'adhésion de chaque manager sur le long terme et ainsi les accompagner dans le développement de leurs compétences. En déterminant les objectifs et missions des managers sur un semestre, et en sachant analyser leur performance et construire des plans d'accompagnement individualisés, il est capable d'atteindre les objectifs qualitatifs et quantitatifs du réseau de points de vente.

L'ensemble des compétences sont évaluées.

Voies d'accès

PRÉREQUIS À L'ENTRÉE EN FORMATION

Détenir une première expérience de management d'équipe de vente.

Base légale

Date d'échéance de l'enregistrement	31/12/2021
-------------------------------------	------------

Pour plus d'informations

LIEN VERS LE DESCRIPTIF

<https://www.retailmanagementservices.fr/fr/formation/>

Fiche officielle (France Compétences)

<https://www.francecompetences.fr/recherche/rs/3639/>

Demande CPF — formations engagées

Dossiers CPF engagés	12
Montant total engagé	17 809 €

Coût moyen par dossier	1 484 €
Durée moyenne	23 h
Période	04/2020 – 07/2021
France compétences	89 %
Reste à charge titulaire	11 %

Formations engagées via le CPF — Caisse des Dépôts (open data), tous organismes confondus.