

LE MANAGEMENT COMMERCIAL DANS L'ASSURANCE

Stimuler l'engagement et favoriser la performance de ses équipes

2 JOURS, 14 HEURES

MARKETING / COMMERCIAL

CODE : AMC22

Objectifs de la formation

Gérer l'organisation commerciale d'un réseau de distributeurs de produits d'assurance / d'un réseau d'intermédiaires / salarié

Développer une posture de manager dans son organisation et auprès de son équipe

Sensibiliser les collaborateurs et les fédérer autour d'un projet commun

Déployer des techniques de vente et de négociation permettant la bonne mise en œuvre de la stratégie commerciale.

Favoriser la conduite du changement et démontrer la nécessaire adaptation aux évolutions du secteur de l'assurance

Parmi nos formateurs

- NORMAND Bruno
Formateur indépendant,

Public concernés

- Responsables réseaux / distribution ; Inspecteurs ; Directeurs et responsables commerciaux

Prérequis

- Aucun prérequis n'est nécessaire

Tarifs

- Tarif Session en classe virtuelle : 1 650,00 €HT
- Tarif Session en présentiel : 1 755,00 €HT

Le manager doit, au-delà de définir et transmettre une stratégie commerciale - la faire comprendre et admettre par ses équipes. Il doit, pour se faire, utiliser des outils et méthodes appropriés de management. Il doit également adopter une posture adéquate dans tous les moments de la vie de l'entreprise et dans sa relation avec ses équipes. Prompt à réagir à toute sorte d'événement inattendu, il doit aussi posséder une grande capacité d'adaptation aux évolutions de son métier et marché.. La formation se propose d'aborder l'ensemble de ses sujets afin de doter les managers commerciaux dans les assurances des meilleures stratégies tactiques et pratiques pour exercer leurs missions : direction des opérations, planification de l'activité, Organisation et coordination des équipes, Gestion des ressources humaines et contrôle des résultats.

Renforcer ses qualités de leader

Prendre conscience de son rôle et du sens de sa fonction de manager

Réflexion collective | Questionnement sur le sens, le rôle et les responsabilités de la fonction de Manager commercial

- Identifier les ressorts d'un bon manager
 - Adapter la posture adéquate
 - Détailler les spécificités propres au secteur de l'assurance
-

Relayer la stratégie commerciale de l'entreprise

- Établir une vision pour son équipe commerciale
 - Communiquer la vision du projet d'entreprise
 - Partager une vision commune et faire vivre les valeurs de l'entreprise et de l'équipe
-

EXERCICE Lister les 5 points fondamentaux pour faire vivre une valeur commune

Accompagner et faire accepter les changements

- Disposer de bonnes pratiques et postures à adopter face aux résistances au changement
 - Concilier les attentes de son équipe et de son propre management
-

Mise en situation | jeu de rôle

Animer, motiver et insuffler de l'énergie à son équipe commerciale

Faire le point sur les ressorts de la motivation d'une équipe et des collaborateurs

- Cerner le rôle clé d'un manager commercial dans la motivation de son équipe
-

Distinguer les motivations internes et externes

Expliquer le concept des théories de motivation

Transposer la pyramide des besoins de Maslow dans le domaine commercial pour optimiser son management

EXERCICE Construire une pyramide des besoins professionnels

Identifier et déployer des actions pour motiver les commerciaux

- Identifier les vecteurs de succès et de performance
 - Analyser les indicateurs de performance
 - Fixer intelligemment un objectif commercial : SMART
 - Fixer des incentives ou des challenges pertinents et motivants pour son équipe
 - Organiser la progression en fixant des objectifs intermédiaires
-

Quiz sur les mécaniques de primes diversifiées

EXERCICE Établir une liste d'incentives commerciaux

Gérer les situations de tensions et / ou conflictuelle

- Analyse des comportements du manager commercial en situation de tension
 - Repérer et gérer les résistances
 - Adopter les bonnes attitudes à adopter par le manager face aux résistances au changement ?
 - Trouver les ressorts pour remotiver un commercial ?
 - Savoir dire non à un commercial
 - Résoudre un conflit entre deux collaborateurs
-

Mise en situation | Jeu de rôle

Exercice final | les DO et DON'T sur les attitudes clés de l'inspecteur commercial

Adopter un management efficace

Diagnostiquer et organiser les compétences de l'équipe commerciale

- Apprendre à cerner ses collaborateurs : personnalités, attentes, besoins
 - Définir les plans de progrès individuels et ceux de l'équipe
 - Ajuster l'organisation de son équipe : le temps du diagnostic, la définition de la feuille de route, l'action (et la non-action), savoir-faire et faire-savoir, évaluer & ajuster
-

EXERCICE Organiser un plan de progrès en fin d'entretien individuel

Identifier son type de management selon sa personnalité et la maturité de ses équipes; directif / persuasif / participatif / délégatif

Se positionner au mieux dans l'organisation : trouver le juste milieu entre les postures d'expert, de manager et de leader

EXERCICE Établir son style managérial

Définir les plans de progrès individuels et ceux de l'équipe

- Organiser le suivi de la performance
 - Organiser un plan de progrès en fin d'entretien individuel
-

EXERCICE Définir des objectifs SMART

Organiser des plans de suivi commercial

Mettre en place des grilles de performance

Identifier les outils de pilotage et organiser la mise en place de grilles de performance

Distinguer les différentes grilles de performance selon le canal utilisé

Études de cas | Analyser plusieurs grilles performances

Accompagner en clientèle ses équipes

Cerner le rôle du manager commercial dans les types d'accompagnements en clientèle

- Adopter la bonne attitude en tant que manager durant l'entretien.
 - Débriefing au terme de l'entretien
 - L'entraînement collectif : l'amélioration en commun
-

Partage d'expériences | Partage de bonnes pratiques sur l'amélioration en commun

Définir les plans d'actions commerciaux

Faire l'inventaire des données disponibles

- Collecter et exploiter les données
 - Cerner les intérêts et limite du datamining et ce qu'il permet d'obtenir
 - Construire une matrice EMOFF (Environnement, Menaces, Opportunités, Forces et Faiblesses)
 - Définir et cadrer des zones d'intervention géographiques
 - Élaborer le listing des clients ou prospects
 - Déterminer les modes de mises en contact
-

Étude de cas | Analyser plusieurs listings

EXERCICE Construire sa matrice EMOFF

Mettre en œuvre le plan d'action commercial

- Modéliser et structurer son emploi du temps (appels téléphoniques, déplacements physiques, périodes d'entretiens [1er Rdv, 2 -ème Rdv, 3 em Rdv], suivi des visites)
 - Consigner et résumer les actions commerciales (études, réalisations, contraintes, corrections)
-

Étude de cas | Analyser plusieurs PAC

Cerner les intérêts de ces actions commerciales

- Dynamiser le portefeuille clients ou accroître sa contenance
 - Booster l'ambition des commerciaux
 - Voir reconnaître ses capacités professionnelles
 - Stimuler l'effort des équipes comparativement à d'autres
-

Suivre l'action commerciale

Mettre en place des indicateurs de suivi

Procéder au remplissage automatique des données de référence quotidienne avec analyse

Instaurer des débriefings réguliers avec le manager

Évaluer si des actions correctives sont nécessaires

Élaborer un plan de relance chiffré avec deadline en cas de crise

Faire les constats du redressement ou de non redressement

EXERCICE En fonction d'une situation donnée, proposer un plan de relance

> Quiz d'évaluation des connaissances

Dates

| | |
|------------------|---------------|
| Classe virtuelle | Paris |
| 22-23/05/2025 | 22-23/05/2025 |
| 01-02/09/2025 | 01-02/09/2025 |
| 15-16/12/2025 | 15-16/12/2025 |

Modalités pédagogiques, d'évaluation et techniques

■ Modalités pédagogiques:

Pour les formations synchrones-présentiel ou classes virtuelles (formations à distance, en direct), les stages sont limités, dans la mesure du possible, à une douzaine de participants, et cherchent à respecter un équilibre entre théorie et pratique. Chaque fois que cela est possible et pertinent, des études de cas, des mises en pratique ou en situation, des exercices sont proposées aux stagiaires, permettant ainsi de valider les acquis au cours de la formation. Les stagiaires peuvent interagir avec le formateur ou les autres participants tout au long de la formation, y compris sur les classes virtuelles durant lesquelles le formateur, comme en présentiel peut distribuer des documents tout au long de la formation via la plateforme. Un questionnaire préalable dit 'questionnaire pédagogique' est envoyé aux participants pour recueillir leurs besoins et attentes spécifiques. Il est transmis aux intervenant(e)s avant la formation, leur permettant de s'adapter aux publics. Pour les formations en E-learning (formations à distance, asynchrones), le stagiaire peut suivre la formation à son rythme, quand il le souhaite. L'expérience alterne des vidéos de contenu et des activités pédagogiques de type quizz permettant de tester et de valider ses acquis tout au long du parcours. Des fiches mémos reprenant l'essentiel de la formation sont téléchargeables. La présence d'un forum de discussion permet un accompagnement pédagogique personnalisé. Un quizz de validation des acquis clôture chaque parcours. Enfin, le blended-learning est un parcours alternant présentiel, classes virtuelles et/ou e-learning.

■ Modalités d'évaluation:

Toute formation se clôture par une évaluation à chaud de la satisfaction du stagiaire sur le déroulement, l'organisation et les activités pédagogiques de la formation. Les intervenant(e)s évaluent également la session. La validation des acquis se fait en contrôle continu tout au long des parcours, via les exercices proposés. Sur certaines formations, une validation formelle des acquis peut se faire via un examen ou un QCM en fin de parcours. Une auto-évaluation des acquis pré et post formation est effectuée en ligne afin de permettre à chaque participant de mesurer sa progression à l'issue de la formation. Une évaluation à froid systématique sera effectuée à 6 mois et 12 mois pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle, soit par téléphone soit par questionnaire en ligne.

■ Modalités techniques FOAD:

Les parcours sont accessibles depuis un simple lien web, envoyé par Email aux stagiaires. L'accès au module de E-learning se fait via la plateforme 360Learning. La durée d'accès au module se déclenche à partir de la réception de l'invitation de connexion. L'accès aux classes virtuelles se fait via la plateforme Teams. Le(a) stagiaire reçoit une invitation en amont de la session lui permettant de se connecter via un lien. Pour une bonne utilisation des fonctionnalités multimédia, vous devez disposer d'un poste informatique équipé d'une carte son et d'un dispositif vous permettant d'écouter du son (enceintes ou casque). En ce qui concerne la classe virtuelle, d'un microphone (éventuellement intégré au casque audio ou à la webcam), et éventuellement d'une webcam qui permettra aux autres participants et au formateur de vous voir. En cas de difficulté technique, le(a) stagiaire pourra contacter la hotline au 01 70 72 25 81, entre 9h et 17h ou par mail au logistiqueformations@infopro-digital.com et la prise en compte de la demande se fera dans les 48h.

