

En quoi devenir Coach de vos commerciaux développe (encore plus) leur performance?

Quelles devront être vos nouvelles compétences?

Pourquoi votre rôle de coach sera complémentaire de votre rôle de manager?

Comment démarrer simplement et efficacement?

Laurence CAMESCASSE - Louis-François PAULIN - Bruno LEMAIRE



Plan de la présentation

1. Que font L-F.Paulin et B.Lemaire et qui est L. Camescasse?
2. Contexte des commerciaux aujourd'hui
3. Quelle équation pour la performance?
4. Témoignage de Laurence Camescasse
 1. Directrice de la communication à la Poste, ancienne Directrice commerciale
5. Quelles devront être vos nouvelles compétences?
6. La boîte à outils pour démarrer simplement et efficacement.

Que fait L-F Paulin?

- *Démarrage chez XEROX, puis Learning International et création sté conseil en 1995.*
- *Domaines d'intervention:*
 - *Conseil de direction*
 - *Conduite du changement*
 - *Coaching individuel et d'équipe – Certifié par l'Académie du Coaching*
 - *Formation: vente, management, encadrement, prise de parole, formateurs, relation client, intelligence émotionnelle, etc.*
- *Accompagnement d'équipes de direction, de management commercial, d'encadrement et d'équipes de vente depuis 1990.*
- *Développement de nouvelles solutions d'accompagnement et de formation alliant le WEB, le téléphone et le face à face. (www.youknow.fr)*
- *Réseau de coachs – consultant - formateurs certifiés pour les professionnels– sur la France et à l'international.*
- *Producteur-Animateur de « Toutes Directions » sur Fidélité*

Que fait B.Lemaire?

- *Conseil en performances commerciales*
Spécialiste des forces de vente et des réseaux de distribution
Du conseil à l'action www.abml.fr
- *Formation commerciale et management*
autour de la relation, la communication
- *Accompagnement, Coaching individuel et collectif (DU en cours)*



- *Membre du* **SICFORFCF** *Syndicat des consultants formateurs*

Contexte des commerciaux aujourd'hui

- De la Négociation des objectifs à la fixation des objectifs.
 - Moins de liberté, plus de stress
- Un malentendu sur les attentes d'autonomie et la réalité de l'indépendance.
 - Je fais les choses seul, c'est mon territoire et mes clients...
- Une représentation narcissique générant une méconnaissance du besoin de développement.
 - C'est pas moi, c'est les autres... (y compris – et surtout ? - dans la génération Y ?)
 - D'abord le plaisir et après le reste...

Question

- Quelle est la différence entre un bon et un excellent vendeur?
- Le bon vendeur:
 - Atteint ses objectifs.
 - Fait bien les choses.
- L'excellent vendeur:
 - Atteint régulièrement ses objectifs.
 - Recherche sans cesse à s'améliorer.
 - Cherche à faire bien les bonnes choses.
 - Contribue au succès collectif.

Equation de la Performance Commerciale

$$\text{Quantité} \times \text{Qualité} \times \text{Energie} = \text{PC}$$

Volume activité
Nb de cibles
Nb prospections
Nb rendez-vous
Nb propositions
Nb de négociations
Etc.

Qualité travail
Respect des règles
Compétences
Connaissances
Savoir-faire
Innovation
Etc.

Motivation
Posture
Initiatives
Prise de risque
Savoir être
Volonté
Etc.

Résultats
Taux de transfo
Développement
Dépassement
Apports
Partage
Etc.

Coach

(Savoir Être et Savoir Devenir)

Formateur

(Savoir et Savoir Faire)

Manager

(Faire Savoir et Faire Faire)

Quelle définition pour Manager?

- Obtenir le meilleur de ses collaborateurs...
 - Et non le maximum
- ...afin qu'ils fassent BIEN les BONNES choses.
 - Être centré sur les bon objectifs.
 - Et pas uniquement BIEN les choses.

Quelle définition pour Coach?

- Aider une personne à trouver ses propres solutions...
 - Et non lui imposer...
- Et à les mettre en œuvre...
 - Et non faire à sa place...

Rôles et responsabilité du Manager

- Développer les compétences nécessaires à l'accomplissement des missions actuelles et/ou futures.
- Gérer la communication et le dialogue au sein de l'équipe et entre les équipes.
- Donner du sens, particulièrement dans les contextes de changement. Conduire et faciliter les changements de l'organisation et des personnes.
- Organiser, planifier, prévoir les objectifs, les missions et les tâches des collaborateurs.
- Garantir et assurer le respect des normes et règles en vigueur.
- Participer à la mise en œuvre de la stratégie et de son déploiement au sein des services dont il a la responsabilité.

Rôles et responsabilités du manager

- Organiser et planifier le travail à court et moyen terme.
- Assurer que les tâches sont respectées en terme de volume, d'échéances et de qualité.
- Evaluer les compétences des salariés dont il assume la responsabilité.
- Recadrer les dérives liées aux objectifs quantitatifs et qualitatifs.
- Organiser le service de manière à assurer la continuité de la « production ».
- Veiller à la satisfaction des clients internes et externes.
- Assurer le relais d'information ascendant et descendant ainsi que transversal.
- Etc.

Rôles et responsabilité du Coach

- Aider les personnes, les équipes à trouver de meilleures et/ou nouvelles solutions-compétences pour accomplir leurs objectifs.
- Préparer les personnes à évoluer vers de nouvelles responsabilités.
- Trouver de nouveaux modèles, compétences pour aider au changement, à l'évolution nécessaire.
- Accompagner les personnes, les équipes sur une durée déterminée avec des objectifs définis de changement, d'évolution, etc.
- Avoir le recul, la hauteur pour recadrer, confronter en toute bienveillance.

Une intervention selon les finalités



Quelle complémentarité? Coach / Manager

- A coté / contrôle.
- Centré sur la personne / centré sur les résultats.
- Aide au développement / support de réalisation.
- Recherche des solutions / apports de solutions.
- Entraîneur à la mise en œuvre / Accompagnateur (terrain).
- Posture de recul / posture opérationnelle.
- Ancré dans le « Réel / ancré dans le concret

Témoignage Laurence Camescasse

- Contexte commercial de La Poste
- Pourquoi faire appel à l'extérieur?
- Qu'est-ce que nous avons vécu?
- Qu'est-ce que cela nous a apporté?
- Et si c'était à refaire?

LE CONTEXTE COMMERCIAL DE LA POSTE – DIRECTION DU COURRIER

Nous agissons sur 3 marchés où nous sommes N° 1



*Nous ne sommes pas un monopoleur qui détient 98 %
d'un marché de 11 G€ en baisse de 30 %...*

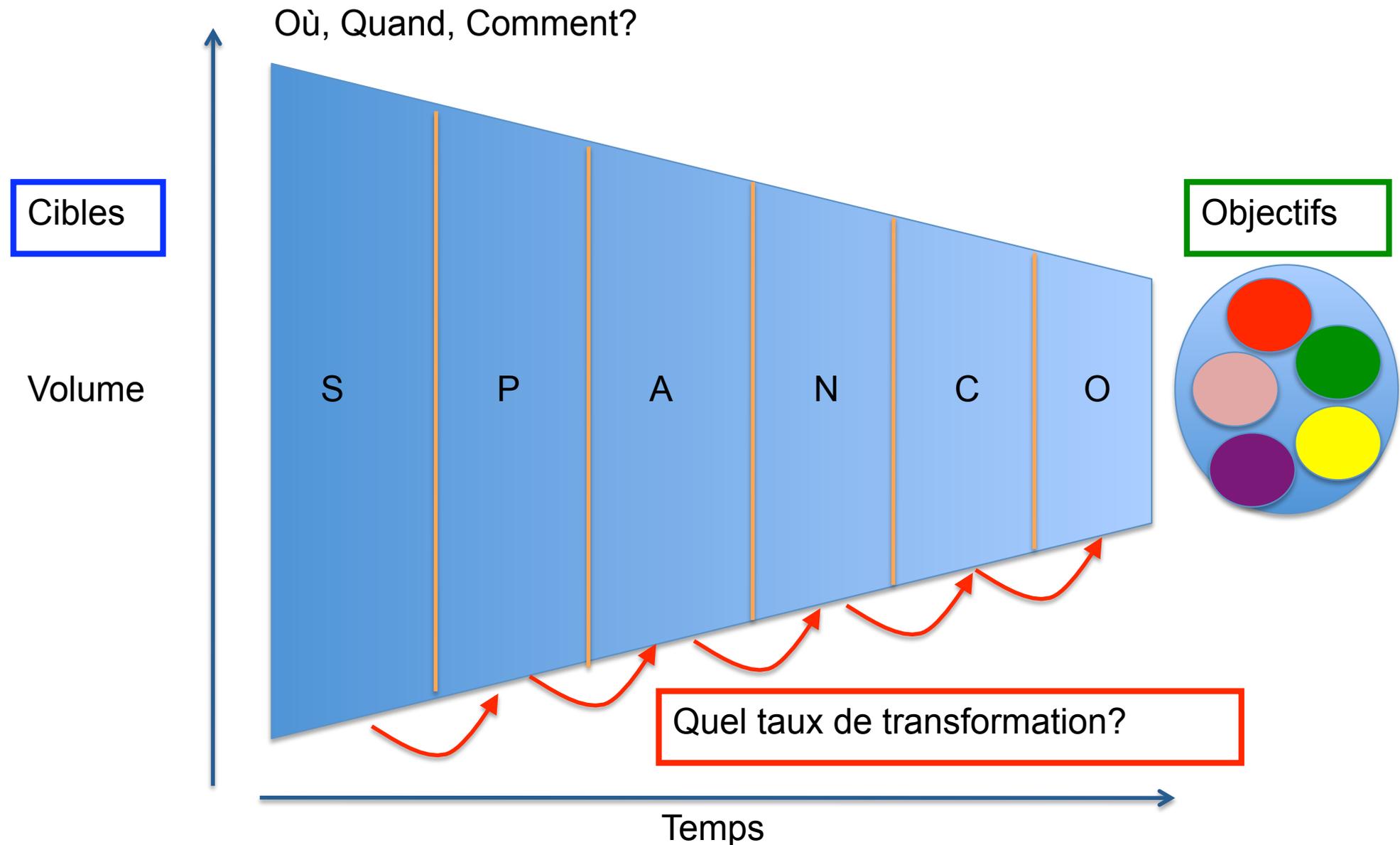
*... nous sommes un leader qui détient 15 %
de trois marchés en développement pesant 73 G€ !*

3 tendances : numérisation, personnalisation, multicanal

La boîte à outils (simplifiée)

- Relation d'aide = Demande.
- Méconnaissances = Émergence d'options et de plans d'action associés.
- Écoute « Méta » = Observation du Processus (et Sens) vs uniquement le Contenu.
- Exploration de la réalité = Lever les « impossibles »
- Permission = Protection + Puissance.
- Comprendre le lien entre « attente, problème et besoin » = Agir au bon endroit.
- Grille partagée permettant l'analyse de la performance = Définir les causalités et priorités.

Le SPANCO, outil de pilotage commercial



Suspect – Prospect – Approche – Négociation – Conclusion - Ordre

Finalelement, pourquoi devenir Manager Coach?

- Travailler de manière équilibrée entre le quantitatif, le qualitatif et l'énergie.
- Transformer/faire évoluer une relation hiérarchique centrée sur les objectifs (court terme) en une relation d'aide, centrée sur le développement et le potentiel (à moyen et long terme).
- Développer l'autonomie et l'inter dépendance.
- Agir encore plus en conscience avec et « pour » les autres.

Fiche contact

- Merci de prendre quelques instants pour remplir la fiche contact.

Conclusion

- Et vous?
 - Vos enjeux, vos objectifs, vos difficultés?
- Questions remarques commentaires?