

## NEGOCIATION – VENTE : LA FORCE DE VENTE

### Objectifs :

Comprendre les bonnes pratiques qui permettent de structurer, motiver et animer ses équipes de vente au quotidien.

### Introduction

1. La composition de la force de vente
  - 1.1. Structure
  - 1.2. Rôles de la force de vente
  - 1.3. Les métiers commerciaux
  - 1.4. La typologie de la force de vente
  
2. La taille de l'équipe commerciale
  - 2.1. Cas de la vente régulière
  - 2.2. Cas de la vente d'affaires
  
3. Le recrutement de la force de vente
  - 3.1. L'évaluation de besoin de recrutement : le profil du poste
  - 3.2. L'élaboration du profil du candidat
  - 3.3. Le recrutement proprement dit
    - 3.3.1. processus de sélection
    - 3.3.2. Différentes phases de l'entretien
    - 3.3.3. L'intégration
  
4. La formation de la force de vente
  
5. L'organisation de la force de vente
  - 5.1. Répartition de la force de vente
  - 5.2. Organisation du travail de la force de vente
    - 5.2.1. Les tournées
    - 5.2.2. Le contrôle : les évaluations et la rémunération
  
6. La motivation et la stimulation
  - 6.1. La motivation
    - 6.1.1. Le coaching
    - 6.1.2. La délégation
    - 6.1.3. L'information
  - 6.2. La stimulation

### Conclusion

**Durée : 3 jours**