

Animer et développer l'activité pro

Pilotage et management



Publics

- Directeur de région, directeur de groupe et ses adjoints
- Directeur d'agence et ses adjoints



Professionnels



Durée : 2 journées



Objectifs de la formation

- Apprendre à piloter l'activité pro de l'agence - Contribuer au développement de l'activité pro de l'agence
- Apprendre à piloter et manager un collaborateur Chargé de clientèle professionnelle
- Savoir impliquer l'ensemble des collaborateurs à l'activité Pro



Pré-requis

- Etre en situation de management d'un Chargé de clientèle professionnelle



Eléments du programme

THEME 1 : LE MANAGER ET L'ACTIVITE PRO DE L'AGENCE

- **Le référentiel d'activité du Manager (activité Pro) :**
 - Sa fiche d'emploi
 - Activité pro : Quoi ? Quand ? Combien ? Quel soutien ?
- **Le rayonnement de l'agence sur le « business pro » de l'unité commerciale :**
 - Les partenaires incontournables (experts comptables, organes consulaires, associations professionnelles, syndicats etc...) : identification / plan d'action du manager
 - Les événements du secteur : foires / salons / opérations commerciales / actions locales...
 - La reconnaissance des clients pro de l'agence
 - La stimulation des synergies internes : synergie Part-Pro ; synergie Pro-GP ; sensibilisation de tous les acteurs de l'agence à l'activité pro (comment chacun peut contribuer, dans le périmètre de son poste ; panorama des différents métiers et contribution respective)
- **La place de l'activité Pro dans la communication Agence :**
 - Messages / Outils / Méthodologie

THEME 2 : LE MANAGER ET LE CHARGE DE CLIENTELE PROFESSIONNELLE DE L'AGENCE

- **Le métier du Chargé de clientèle professionnelle**
 - Sa fiche d'emploi : son MOA (Missions, Objectifs, Activités)
 - Son référentiel d'activité : appropriation du référentiel ; mise en garde sur points de différenciation avec activité marché des Particuliers (durée des rendez-vous ; finalité des rendez-vous ; part du travail hors présence du client ; fréquence ; multi-vente ; double relation...)
- **Les outils de gestion commerciale du Chargé de clientèle professionnelle**
 - Le portefeuille / La GERC / Le plan de contact / Le phoning / L'agenda / Les comptes rendus d'entretiens
- **Le pilotage du Chargé de clientèle professionnelle**
 - Indicateurs / Outils / Effets de levier
- **Le management du Chargé de clientèle professionnelle**
 - Les différents moments managériaux
 - Les outils
- **L'accompagnement du Chargé de clientèle professionnelle**
 - La revue de portefeuille : détection des opportunités / élaboration d'un plan d'action personnalisé
 - Les rendez-vous en binôme
 - L'assistance à la gestion des risques (en lien avec le module « apporter de la valeur ajoutée dans la lecture des demandes de financement en deuxième niveau »)