

Les Journées Régionales de la
Création & Reprise d'Entreprise

13 - 14 octobre 2011 - Parc Expo RENNES Aéroport



www.jrce.org



Plan d'Actions commerciales: Innover pour conquérir ses clients

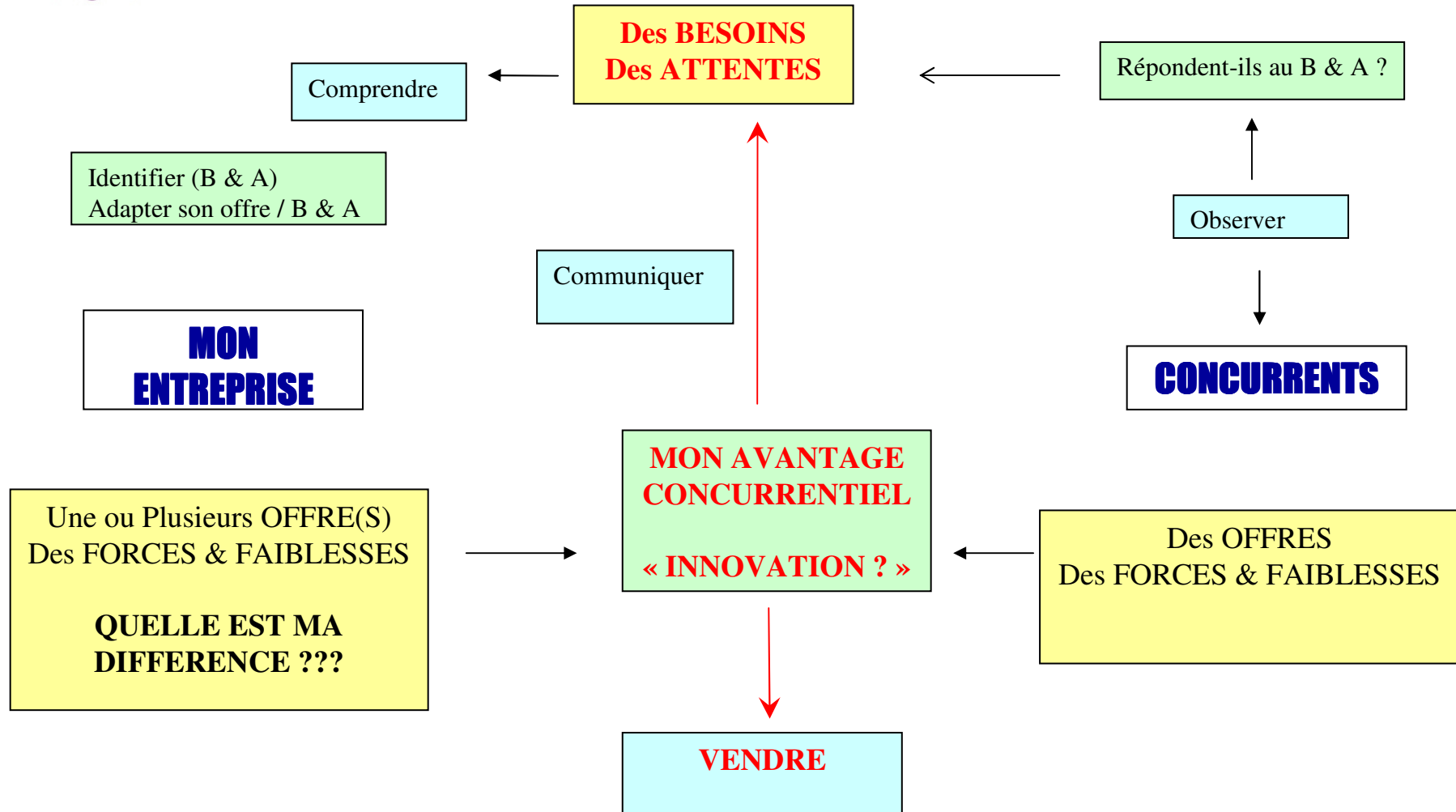
Animé par : Mr Olivier THONNEL



SE POSITIONNER

SUR SON MARCHÉ

Le CLIENT - la CIBLE





INNOVER

- Par le produit
- Par le service
- Par la technologie
- Par l'offre, l'approche commerciale

Les Journées Régionales de la
Création & Reprise d'Entreprise

13 - 14 octobre 2011 - Parc Expo RENNES Aéroport



www.jrce.org



**Plan d'Actions
commerciales: Innover
pour conquérir ses clients**



- 1 – La préparation des actions commerciales
- 2 – La préparation de mon marché
- 3 – La préparation de mon entreprise
- 4 – L'organisation de mon activité commerciale
- 5 – Qu'est-ce qu'un vendeur ?



Importance de la préparation avant le terrain

Une idée force :

- La préparation prime l'action
- Importance d'avoir :
 - Des plans d'action
 - Une activité commerciale organisée
 - Un suivi (prévu/réalisé)



1. Les axes majeurs de la préparation afin de vendre

Limiter la dispersion

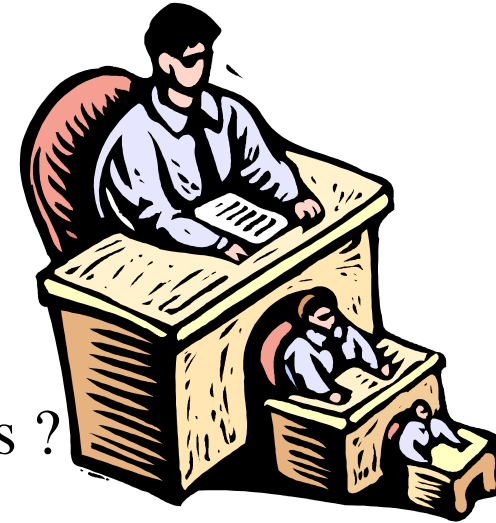
- Le marché

Mon marché global

Ai-je défini ses contours ?

Mes marchés prioritaires

Sont-ils identifiés avec précision?



- **Les produits / services**

- Quels sont mon ou mes produits stratégiques ?
- Quelles est ma connaissance de ceux-ci ?
- Quels arguments puis-je développer ?
- Quelle est ma plus value produit sur mon marché ?

Avantages Concurrentiels

- Quelle est ma plus value produit face à la concurrence ?

- **Les concurrents**

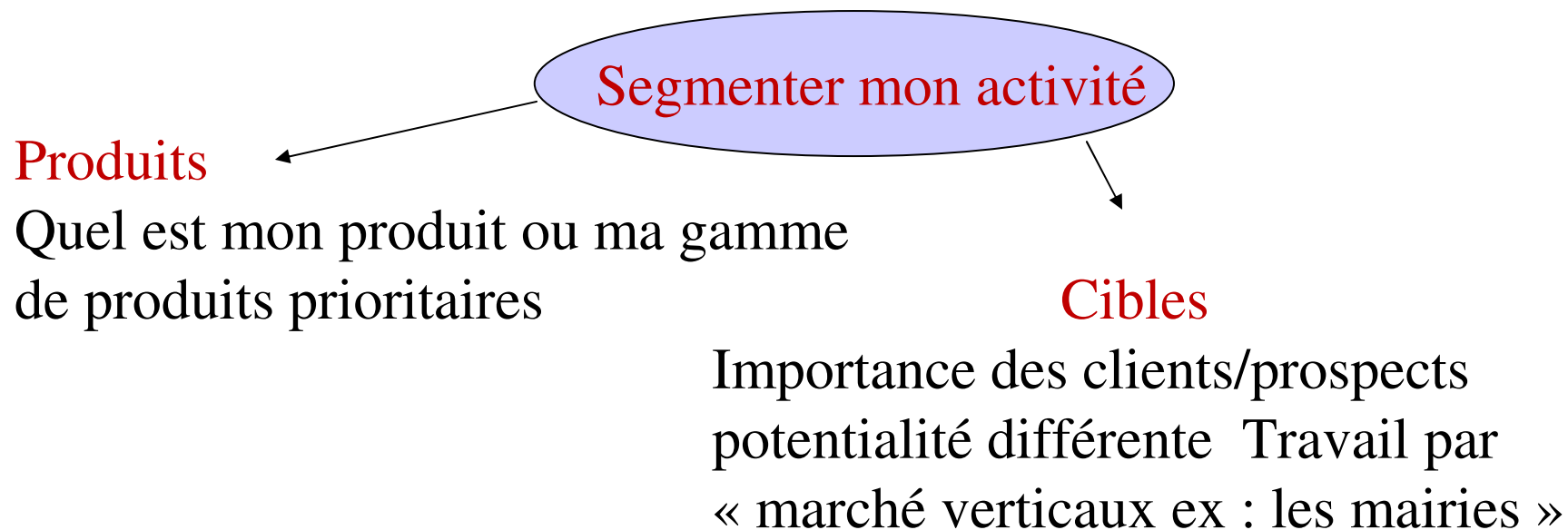
- Quels sont les leaders – les performants – les non performants ?
- Qui est vulnérable – Structure – Produit – Commercial ?



2. La préparation de mon marché

La connaissance de mon marché potentiel

- Qui sont mes prospects ?
- Qui sont mes clients ?
- Comment vais-je segmenter mon activité ?





Agir efficacement...



3. La préparation de mon entreprise

Une année se prépare au niveau commercial

- **Mes objectifs**
- **Mes priorités**
- **Mes moyens à mettre en place :**
 - **Produits**
 - **Humains**
 - **Financiers**
 - **Autres**

« PLAN D' ACTIONS formalisé »



Un mois se prépare

- **Quels sont mes objectifs de vente minimum ?**
- **Quelle est la valeur de mes affaires en portefeuille.**
- **Ai-je bien une organisation de relance client/prospect.**
- **Ai-je planifié mes jours commerciaux, terrain et bureau ?**
- **Ai-je préparé le Mix produit pour atteindre mes objectifs ?**
- **Quelles sont les opportunités de business ?**



Une journée se prépare

- Est-ce que j'ai analysé ma journée passée ?
- Mes objectifs de la journée sont-ils bien définis ?
- Ai-je tous mes éléments pour traiter face à mon client (documentation, tarif, contrat) ?

Tout entretien se prépare Visite ou contact

- Quel est mon objectif de visite, de contact ?
- Ai-je tous les éléments pour écouter, informer mon client/prospect ?
- Est-ce que j'ai un état d'esprit conquérant ?
- Quelles actions devrais-je mener après cette visite ?



4. L'organisation de mon activité commerciale

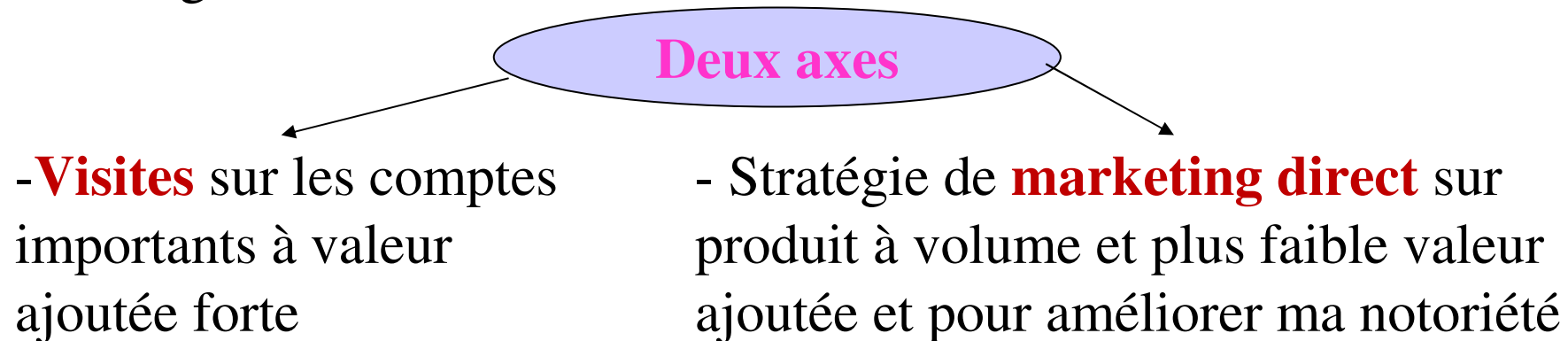
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai...
Actions commerciales <ul style="list-style-type: none"> • Fêtes • Opérations promo 		St-Valentin	Gamme fête des Mères Jonquilles		Fête des Mères
Marketing direct <ul style="list-style-type: none"> • Mailing s/Fichier • Boites aux lettres 	St-Valentin		Jonquilles	Fête des Mères	Fêtes des Mères zone...
Communication <ul style="list-style-type: none"> • Ouest France • --- • --- 		St-Valentin			Fêtes des Mères



4. L'organisation de mon activité commerciale

Comment je m'organise en fonction de mes axes produits et mes marchés prioritaires.

- Est-ce que je fais de la qualification téléphonique avant mes actions ?
- Est-ce que je prends directement un rendez-vous chez mon prospect et dans quel but ?
- Est-ce que j'utilise en fonction de mes produits et marchés des stratégies de ventes différentes ?





Si j'ai des commerciaux

Ai-je couvert les points suivants :

- ☛ **Zone de vente**
- ☛ **Produit (tous ou seulement certains)**
- ☛ **Rémunération variable (sur CA ou Marge)**
- ☛ **Moyens : marge de négociation**
- ☛ **Animation**



Comment gérer ma clientèle?

Deux objectifs

Ne pas perdre d'information

Faire évoluer et progresser mes affaires chez mes clients

- ☛ **Quels sont mes moyens logistiques :**
 - ☛ **Logiciel base de données**
 - ☛ **Bac à fiches**
 - ☛ **Dossier client**



5. Qu'est qu'un vendeur?

- Quelqu'un d'ouvert
- Qui communique
- Qui est bien dans sa tête
- Qui résiste au stress
- Qui aime gagner.....Sportif
- Qui aime ou a besoin d'argent
- Qui est travailleur
- **Il est aussi** :
 - ⇒ Individualiste
 - ⇒ Souvent peu organisé
 - ⇒ Sait vous vendre ce qu'il veut
 - ⇒ Opportuniste
 - ⇒ Quelquefois original
 - ⇒ Extraverti
 - ⇒ « aime qu'on l'aime » / Affectif



Comment choisir un commercial

Quelques réflexions

- Définir d'abord le poste.
- Ce que vous voulez : expérience, homme, femme, âge, formation, mobilité.....
- Ce que vous allez lui confier – Produit
- Le marché que vous allez lui confier
- Le management mis en place
- Le temps que vous pouvez lui consacrer
- Vos compétences dans le domaine

*Si vous abordez votre marché avec méthode
et enthousiasme, les résultats seront là !*

Deux Conditions

La préparation ne doit pas prendre le pas sur l'action

L'action ne doit pas prendre le pas sur la préparation

Le CLIENT - la CIBLE

