

# Développement Commercial

**CJD MOSELLE EST**

15 mars 2011

Saint-Avold

***Identifions le niveau de performance commerciale  
de nos entreprises.***

# Développement commercial

## Séance de travail :

Identifions le niveau de performance commerciale de nos entreprises.

- ✓ Sur quoi repose la stratégie commerciale?
- ✓ De quoi avons-nous besoin pour l'établir ?
- ✓ De qui avons-nous besoin pour l'établir ?
- ✓ Que faut-il formaliser ?
- ✓ Comment fonctionnons-nous ?



# Séance de travail

- ◆ 3 groupes pour 3 thèmes de travail
  - Marché
  - Organisation
  - Clients
  
- ◆ 30' de travail
  - 10' par phase clé
  - 1 animateur maitre du temps
  
- ◆ 5' de restitution de chaque animateur
  - Les 3 points vus par le groupe
  - Echanges, questions, ...



# 3 ETAPES

- **Le Questionnement en 3 phases.**
  - Le marché,
  - Les clients,
  - L'organisation commerciale.
- **L'analyse.**
- **Les choix et les décisions.**

# Questionnement: le Marché

- **Analyse du marché global de l'entreprise.**
  - **Marché global**
    - La position de l'entreprise sur son marché,
    - Face au fonctionnement du marché.
  - **Position**
    - L'entreprise domine son marché actuellement?
    - Avec quels moyens et sur quels critères.
    - dirigeant.

# Questionnement: le Marché

- **Analyse du marché global de l'entreprise (suite).**
  - **Perception**
    - Comment se comportent les acteurs ?
    - Quels objectifs vous fixez vous?
  - **Moyens de l'entreprise**
    - De quels moyens et ressources disposez vous?
    - Une différenciation est elle possible ?
    - La vision clairvoyante du dirigeant.



# Questionnement: le Marché

- **Analyse des SEGMENTS de MARCHÉ (présence).**
  - Comment segmentez-vous votre marché ?
  - Comment se comportent ces segments ?
  - Votre position sur ces segments ?
  - L'intérêt de votre positionnement ?
  
- **Analyse des SEGMENTS de MARCHÉ (absence).**
  - Quels sont les segments cibles ?
  - Comment pouvez-vous les conquérir ?
  - De quels moyens disposez vous à cet effet ?

# Questionnement: les clients

- **Les ratios clients.**
  - Répartition et dépendance,
  - Comment se caractérise votre positionnement ?
  - Quel est le comportement commercial de vos clients ?
  - Quelles sont les marges de progression ?
  - Quelle est votre capacité à agir sur la croissance par client ?

# Questionnement: les clients

- **Les ratios cible de prospection.**
  - Qu'est-ce qu'une bonne cible ?
  - De quelles armes disposez-vous pour conquérir ?
  - De quelles données disposez-vous?
  - De quels moyens disposez-vous ?

# Questionnement: l'organisation commerciale

- **Les ressources globales affectées à l'activité commerciale.**
  - Quelle est l'organisation commerciale en place ?
  - Est-elle adaptée à votre marché ?
  - Cohérence du management commercial ?
  - Outils de suivi et de reporting.

# Questionnement: Organisation commerciale

- **Les ressources sédentaires.**
  - Existe-t-il « un esprit client ? »
  - Quelles sont les ressources sédentaires et quelles relations ont-elles avec les clients ?
  - Avez-vous identifié la Valeur Ajoutée des sédentaires ?

# Questionnement: Organisation commerciale

- **Les ressources itinérantes.**
  - Quelles sont les ressources en place ?
  - Comment sont-elles organisées ?
  - Comment mesurer la pertinence de leur activité ?
  - Quid des compétences ? Du management ?
  - Outils de suivi et de reporting ?

# Analyses

## **ECARTS , CONTRADICTION, AXES DE PROGRES**

- Formaliser ses ambitions de l'Entreprise,
- Comment mon Entreprise est-elle perçue ?
- Etudier les compétences commerciales,
- Transformer les projets en plans d'actions,
- Comparer moyens et ambitions de l'Entreprise,
- Prioriser le développement commercial,
- Déterminer les objectifs et les compétences utiles,

# Formalisation

- Ecrire ses ambitions (3 maximum),
- Les décomposer en chapitres et en plans d'actions,
- Présenter, défendre,
- S'y conformer,
- Créer les indicateurs de suivis et de progrès.



**MERCI,  
ET BONNES VENTES !**