

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 maître 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 !**