

# VENTES




« On obtient des résultats  
en exploitant des  
opportunités, non  
en résolvant des  
problèmes »

– Peter Drucker  
Théoricien américain 1909 – 2005

## PROBLÉMATIQUES TYPES RENCONTRÉES

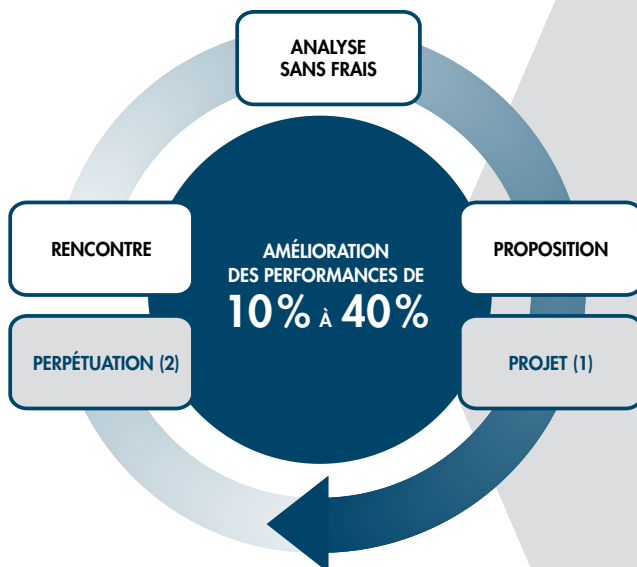
- Stagnation ou baisse des ventes
- Absence de plan stratégique des ventes et de plan d'affaires ciblé par région
- Faible proportion du temps alloué au développement des affaires
- Inefficacité du service à la clientèle (plaintes, support clients, perte de clients, etc.)
- Contact client peu structuré
- Connaissance inadéquate des produits et services
- Soumissions tardives, mal planifiées et/ou erronées
- Erreur dans les commandes (information, taux, coût du produit, produit)
- Absence de plan d'action par rapport aux écarts entre le budget et les ventes réelles
- Communication inefficace entre les intervenants et les départements
- Peu de suivi et de contrôle des indicateurs de performance (échéances, délais, productivité et qualité)
- Procédures/méthodes de travail non standardisées

## RÉSULTATS

- Augmentation des revenus de ventes
- Augmentation du taux de réussite (« hit-ratio »)
- Amélioration du service à la clientèle (orienté client)
- Maximisation des ratios de ventes (par commande, par rencontre, par vendeur, par région, etc.)
- Mise en priorité des activités de développement des affaires
- Augmentation du nombre de contacts clients et de nouveaux clients
- Maximisation des contacts clients
- Augmentation de la productivité des ressources
- Réduction des coûts d'opération
- Certification NIVEAU 5 
- Gestion et culture proactive
- Structure de communication efficace

**IMPACT SUR LES ÉTATS FINANCIERS**  
R.O.I. = 2 à 8 / 1

## NOTRE APPROCHE



### PROJET (1)

#### PROCESSUS DE VENTES

- Plan stratégique (Développement des affaires)
- Base de données structurée (clients, contacts)
- Répartition des territoires /routes des représentants
- Critères d'élaboration des soumissions
- Procédures et méthodes de travail

#### SYSTÈME DE GESTION

- Planification des contacts clients à court, moyen et long terme
- Suivi et gestion des performances (KPI)

#### STRUCTURE DE COMMUNICATION

- Processus de communication rigoureux
- Rencontre des ventes efficace
- Rencontre client structurée et performante (guide de rencontre)

#### SUPERVISION DES VENTES

- Culture de gestion proactive par la formation et le coaching des gestionnaires sur le terrain :
  - Comportements proactifs (Supervision active et Rôles / Responsabilités)
  - Habiletés de gestion (IHG<sup>MC</sup>)
  - Approche mobilisatrice (FC<sup>2</sup>/O<sup>2</sup>)
  - Capacité de leadership (L360°)

### PERPÉTUATION (2)

Développement d'une équipe et d'un système de perpétuation (transfert de connaissances)