

# Open'Actualités

Votre stratégie en action, vos acteurs au cœur de nos solutions



DANS CE NUMÉRO :

MANUTAN INTERNATIONAL	2
OCP CONNECT	3
SOLUTIONS PERFORMANCE COMMERCIALE	4

## Numéro Spécial Performance Commerciale

Le baromètre DCF 2007\* nous révèle que pour améliorer leur performance commerciale, les entreprises souhaitent développer la formation et renforcer les compétences de leurs acteurs commerciaux.

Sur 340 entreprises interrogées, tous secteurs confondus, PME-PMI et grandes entreprises, **92%** considèrent que la **formation continue** est le meilleur outil pour faire progresser l'efficacité de leur force commerciale.

Le **coaching** est également considéré comme une alternative à la formation et souvent comme un outil plus efficace d'amélioration (39%).

Pour 90% des entreprises, les compétences indispensables sont : l'organisation commerciale, les techniques de vente et de négociation, l'aptitude à mettre en place un plan d'actions commerciales, les connaissances financières, juridiques et de gestion, mais aussi, de plus en plus, les compétences Marketing.

Alors rien de très neuf dans tous ces chiffres ? C'est vrai.

Ils ne traduisent en effet pas les changements profonds de l'environnement commercial :

- > Une hyper compétition qui s'étend à tous les marchés et qui signe la mort des « rentiers de la vente » et autres « preneurs de commandes ».
- > Une proposition de valeur qui se complexifie au travers de la vente de solutions globales (services - produit - intégration - maintenance - conditions logistiques et financières...) et qui supprime la vente « simple » de produits.
- > L'intégration poussée des NTIC dans la vente visant à mieux maîtriser la relation client et à augmenter la productivité commerciale.
- > Des stratégies commerciales plus sophistiquées dans la gestion des ressources par le recours à une approche multi-canal et l'utilisation de partenaires et réseaux indirects de distribution.



Les conséquences au niveau des hommes ? Une nécessité impérieuse d'apprendre et de s'adapter à cet environnement changeant pour rester compétitif.

Nous vous proposons dans ce numéro de découvrir notre approche du développement de la performance commerciale au travers de témoignages clients et de la présentation de quelques unes de nos solutions clés.

*Enquête réalisée par le réseau des Dirigeants Commerciaux de France auprès de 340 entreprises*

# Témoignage Client

Gilles CREPY

Business Development Director & European Key Account Coordinator



Manutan International, c'est plus de 60 commerciaux grands comptes de 22 nationalités différentes couvrant l'Europe entière qui génèrent près de 35% du business global.

Les grands comptes sont un des leviers de la croissance soutenue (supérieure à 2 chiffres) que connaît le groupe. Fort de son offre de plus de 80 000 références, Manutan leur apporte des solutions globales pour rationaliser leurs achats et réduire leurs coûts.

Avec la convention commerciale de Marrakech d'avril dernier, notre objectif était triple :

1. Souder les équipes grands comptes et favoriser le partage d'expérience.
2. Mettre en place une approche plus systématisée de la gestion de son portefeuille client.
3. Renforcer la maîtrise du dialogue commercial par une force de vente qui a été récemment mise en place (environ 7 ans en France et moins dans les autres pays).

Open'Act, qui nous avait accompagné lors de la précédente convention, a mis en place une démarche ayant permis de :

- Impliquer les managers dans la préparation, l'animation et le suivi de cette formation-action.
- Rendre 100% actifs les commerciaux durant les temps de formation par des jeux de rôles vidéo-scopés et le recours à un 360° - CAP - sur la performance commerciale facilitant les prises de conscience et remises en question.
- Faire adhérer les KAM à la mise en place d'un outil de gestion de son portefeuille client.

Les 2 journées qui combinaient aussi d'autres activités ont ainsi été denses mais ont surtout suscité l'enthousiasme des 60 commerciaux. Elles ont contribué à renforcer le professionnalisme de nos KAM et à poursuivre notre dynamique de croissance.

## Le dispositif mis en place

- Une préparation avec les managers en amont pour:
  - Créer les jeux de rôle.
  - Concevoir l'outil de gestion du portefeuille client.
  - Travailler la co-animation.
- Plus de soixante 360° CAP remplis par les commerciaux et leurs managers.
- 4 animateurs (francophone, anglophone et néerlandophone).
- Des montages vidéos des jeux de rôle effectués dans la demie journée pour assurer leur restitution aux participants.
- Des supports et outils pédagogiques en 2 langues.
- Un système de suivi en ligne des objectifs d'amélioration.
- Une répétition des 360° pour mesurer le chemin parcouru et celui qui reste à réaliser.

## La Logique de la convention

$$P=CxOxM$$

La Performance est le produit de la Compétence, de l'Organisation et de la Motivation.

La conférence s'est donc articulée autour de ces 3 facteurs clés de la performance commerciale:

- > **Compétence** : Des trainings vidéos intégrant des apports complémentaires en techniques de vente.
- > **Organisation** : Un outil de gestion de son portefeuille client introduit auprès des KAM par leurs managers et Open'Act.
- > **Motivation**: 2 jours à Marrakech magnifiquement organisés et ponctués d'activités outdoor pour souder les équipes.

# Témoignage Client

Nathalie Drouillet-Burban

Directrice Trading OCP Répartition



OCP est le leader sur le marché de la répartition pharmaceutique. Plusieurs fois par jour, l'OCP livre les médicaments à plus de 17000 pharmacies sur l'ensemble du territoire.

## De la Direction des achats à la Direction du Trading.

Les laboratoires étaient hier de « simples » fournisseurs de l'OCP. Aujourd'hui ils sont également devenus des concurrents en livrant en direct les officines sur des produits à forte rotation (produits génériques notamment).

Afin de recapter ces flux, la Direction des Achats a évolué pour devenir la Direction du Trading. Sa vocation : mettre en place des partenariats avec les laboratoires contribuant au développement de leurs ventes en officine grâce à l'OCP.

## OCP Connect : Multiples solutions vers l'officine

Dans ce contexte, le métier d'acheteur a connu une mutation complète. Les traders doivent non seulement savoir acheter, mais aussi et surtout vendre des solutions globales à nos partenaires laboratoires sous la marque OCP Connect : Actions call center OCP, intervention de la force de vente OCP, newsletter, mailing, conférences scientifiques, process de distribution spécifique des produits...

## Accompagner le changement de métier

Open'Act nous a aidé à relever ce défi avec succès au travers de la formation commerciale des traders et la mise en place des outils & processus de vente.

## Les 3 clés de cette réussite ?

1. Une approche conseil de la vente en B2B travaillée avec Open'Act et qui a suscité l'adhésion des traders.
2. Une adaptation totale des exercices & training à notre business pour optimiser l'intégration des techniques de vente dispensées.
3. Une mise en place concomitante d'outils à chaque nouvel apport pour garantir son utilisation au quotidien.

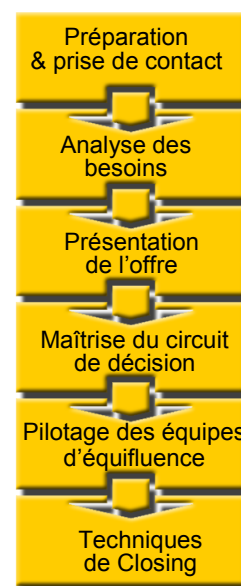
## Le dispositif mis en place

Une formation de 6 x 1 jour pour favoriser les mises en application durant les intersessions et couvrant l'ensemble du cycle de vente.

Une préparation systématique de chaque formation avec les managers pour « customiser » l'animation et les mises en situations.

Une formalisation des outils clés :

- Fiche préparation de RDV
- Grille d'analyse des besoins
- Modèle de proposition commerciale (plan d'action commercial)
- Q&A / Traitement des objections
- Plan de compte
- ....



# Solutions Performance Commerciale

## Enquêtes & Études

ECO+

Écouter la voix du client et mettre en place une promesse client différenciante

XPartenariat

Évaluer & développer l'efficacité des relations de vos équipes commerciales avec les autres équipes de l'entreprise et/ou de vos partenaires

## 360°

CAP B2B

CAP Retail

CAP Pharma

Évaluer sa performance et ses compétences commerciales pour bâtir un plan de développement individualisé

## Formations Commerciales

### Approche Grands Comptes

Systemcom

Pénétrer le circuit de décision d'un grand compte et maîtriser les dessous de la négociation

Contrepartie

Bâtir un partenariat durable avec un grand compte et orchestrer les relations avec l'organisation cliente

TeK 2 Pres

Préparer et délivrer des présentations percutantes face à un groupe de décision client

TeK 2 Ventes 1

Maîtriser l'ABC des techniques d'analyse des besoins et de présentation de l'offre

### Face à face commercial

Communication Persuasive [Ventes]

Adapter son dialogue commercial et ses comportements au style social de son client/prospect

TeK 2 Ventes 2

Conclure ses ventes en défendant sa marge

### Efficacité & Développement personnel

ACE

Développer son intelligence émotionnelle pour mieux se manager soi-même et mieux gérer ses relations avec ses clients

Chronos

Mieux gérer son portefeuille client / affaires et ses priorités et gagner en efficacité personnelle

## Formation Management Commercial

Performance Management

Piloter la performance des commerciaux et accompagner le développement de professionnalisme au quotidien

Communication Persuasive [Management]

Adapter son mode de communication à chaque collaborateur et tirer parti des différences au sein de vos équipes

Leadership

Mobiliser son équipe et devenir le leader du changement au sein de son organisation