Chapitre 14

Accompagner les vendeurs   
et animer les équipes

Référentiel

|  |  |
| --- | --- |
| **Activité/Tâche** | **Résultats attendus** |
| Développement d’un réseau de conseillers de vente à domicile | Efficacité et pérennisation du réseau |

|  |  |
| --- | --- |
| **Compétence** | **Critères de performance** |
| Impulser une dynamique de réseau | Cohérence de l’animation réseau avec les orientations commerciales |

|  |
| --- |
| **Savoirs associés** |
| **Communication/négociation**  • Communication interpersonnelle  • Situations de communication  **Management**  • Management du réseau de vente (animation, communication)  • Management opérationnel (objectifs, animation, évaluation des équipes)  • Pilotage de l’activité commerciale  • Communication managériale  • Gestion de conflits  **Savoirs technologiques/web**  • Database de données réseau  •Applications et logiciels commerciaux et de relation réseau (PGI, CRM, logiciels réseaux)  • Outils de communication et de gestion commerciale (outils et applications nomades suivi d’activité et planification, etc.)  **Savoirs rédactionnels**  • Règles générales de communication écrite  **Statistiques/représentations graphiques**  • Outils statistiques et graphiques de suivi des ventes et d’évaluation des équipes commerciales |

Vos objectifs (p. 258)

I. Accompagner le démarrage d’activité d’une nouvelle conseillère

1. Préparez une présentation de l’entreprise Asthéya et de ses valeurs.









1. Identifiez les caractéristiques de la nouvelle conseillère.

La nouvelle conseillère Nadhya a signé un contrat de VDI le 15/02/2018.

– profil : sociabilité, ouverture d’esprit, dynamisme, enthousiasme et motivation, valeurs communes avec l’entreprise (buveuse de thé, yoga et voyages) ;

– formation : filière commerciale ;

– expérience : vente en magasin ;

– situation professionnelle : étudiante ;

– attentes professionnelles : activité d’appoint pour financer ses études (objectif : 500 euros par mois) et investissement futur possible ;

– disponibilité : week-ends, 1,5 jours par semaine hors cours.

1. À partir de ces caractéristiques, aidez Nadhya dans la fixation de ses objectifs.

L’étudiant peut être amené à simuler l’entretien de fixation d’objectifs avec Nadhya. L’entreprise de vente directe ne peut fixer unilatéralement les objectifs des vendeurs, qui sont travailleurs indépendants.

Les objectifs sont fixés en fonction des attentes du vendeur. Ici, Nadhya souhaite obtenir 500 euros de commission brute par mois.

Pour aider Nadhya, l’étudiant peut lui fournir une grille de référence (annexe 3) et l’aider à calculer ses objectifs à partir de cette grille (voir ci-dessous), notamment à l’aide d’un tableur Excel.

Ensuite, Nadhya remplit sa fiche d’objectifs (annexe 4).



**Nom : Nadhya**

**Date de contrat : 15/02/2018**

**Date de lancement : 11/03/2018**

**MON PROJET PROFESSIONNEL**

**(Découvrir, me reconvertir, faire carrière, encadrer une équipe…)**

|  |  |
| --- | --- |
| Objectifs professionnels | À quelle échéance ? |
| – revenu d’appoint pour financer les études | 6 mois |
| – s’investir professionnellement | à la fin des études |

**MES ATTENTES EN TERMES DE RÉMUNÉRATION**

**(200, 500, 1 500… euros par mois)**

|  |  |
| --- | --- |
| Objectif de rémunération | À quelle échéance ? |
| 500 euros bruts par mois | 6 mois |

**MES DISPONIBILITÉS**

**(tous les jours, les matins, le mercredi…)**

|  |  |
| --- | --- |
| Disponibilités | Contraintes |
| Week-end  1,5 jours par semaine | Pas d’activité pendant les cours en semaine  (selon emploi du temps des cours) |

**MES OBJECTIFS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Données chiffrées | | À quelle échéance ? |
| Nombre d’escales mensuelles | 7 | 6 mois |
| Nombre d’invités | 20 | 6 mois |
| Nombre moyen de participants | 7.5 | 6 mois |
| Panier moyen | 47 | 6 mois |

1. Élaborez avec elle un plan d’action.

**PLAN D’ACTION**

|  |  |
| --- | --- |
| Objectifs professionnels | À quelle échéance ? |
| – revenu d’appoint pour financer les études | 6 mois |
| – s’investir professionnellement | à la fin des études |
| Objectif de rémunération | **À quelle échéance ?** |
| 500 euros bruts par mois | 6 mois |

**Débuter l’activité**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Action | Échéance | Objectif | Réalisé |
| Formation entreprise | 16/02/2018 | Maîtriser le concept et les valeurs de l’entreprise | X |
| Formation législation et déontologie professionnelle | 17/02/2018 | Connaître les règles à respecter dans le cadre de la vente à domicile | X |
| Prospection hôtes | À partir du 18/02/2018 | Identifier les contacts réseau et convaincre à l’organisation de l’escale de lancement | X |
| Formation produits niveau 1 | 22/02/2018 | Construire sa connaissance des produits pour créer les argumentaires de vente | X |
| Formation aux solutions digitales fournies | 23/02/2018 | Gérer son activité | X |
| Formation « Comment animer une escale » | 24/02/2018 | Préparer sa 1ère escale | X |
| Préparation du « Road Book » | 25/02/2018 | Création du support de vente | x |
| Rdv de préparation avec l’hôte escale lancement | 01/03/2018 | Invitation et organisation de l’escale | X |
| 1er rappel chef d’escale | 07/03/2018 | Suivi de l’hôte | X |
| Rdv de préparation avec l’hôte 2ème escale | 08/03/2018 | Invitation et organisation de l’escale | X |
| Débriefing | 08/03/2018 | Débriefing parrain |  |
| 2ème rappel | 10/03/2018 | Suivi de l’hôte | X |
| Escale de lancement | 11/03/2018 | Réalisation de l’escale de lancement | X |
| Programmation du suivi de l’escale | 12/03/2018 | Débriefing parrain  Commandes et suivi clients et contacts | X |
| 1er rappel chef d’escale 2 | 14/03/2018 | Suivi de l’hôte | X |
| 2ème rappel escale 2 | 17/03/2018 | Suivi de l’hôte | X |
| 2ème escale | 18/03/2018 | Réaliser l’escale en autonomie | X |
| Programmation du suivi de l’escale | 19/03/2018 | Débriefing parrain  Commandes et suivi clients et contacts | X |

**Développer l’activité des trois premiers mois**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Action | Objectif | Durée hebdomadaire | Organisation | Outils |
| Prospection hôtes | Développer ses contacts d’hôtes pour augmenter le nombre de réunions | 5h | 1h par jour | *Phoning*, *emailing*, réseaux sociaux, *tracting* |
| Relance prospects | Relancer les contacts acquis lors des réunions précédentes ou des prospections | 2,5h | 0,5h par jour | *Phoning*, prospection physique, *emailing* |
| Suivi clients | Fidéliser les clients, développer les ventes et identifier de nouveaux contacts | 2h | 1h 2 fois par semaine | *Phoning*, visites lors des livraisons |
| Suivi activité | – statistiques de ventes  – suivi des prospections et gestion de la base de données | 1h | Tous les vendredis après-midi | Solutions digitales fournies |
| Débriefing | Suivi par le parrain | 1h | Lundi 9h-10h | Téléphone, Skype |

1. Assistez la nouvelle conseillère dans l’organisation de son temps. Mettez en place un agenda partagé.

**Planification à trois mois**



**Exemple d’agenda partagé (Gmail) pour une semaine type**



II. Assurer le suivi individuel d’un conseiller(ère)

1. Prenez connaissance du profil de la conseillère. Faites le bilan de ses motivations, de ses difficultés et de ses statistiques de ventes.

Françoise Tardier est conseillère depuis le 1er septembre 2017.

**Situation professionnelle :** Retraitée

**Objectifs en termes de rémunération :** 800 euros mensuels

**Disponibilité :** le matin et parfois le week-end

**Motivation :** rémunération, travail selon ses disponibilités, convivialité et enthousiasme pour les produits. Sa motivation semble plus liée à des facteurs intrinsèques : satisfaction au travail, relations professionnelles (Herzberg), ou selon la théorie ERD, sa motivation est liée à des besoins de rapports sociaux de développement personnel.

**Difficultés :** Françoise n’arrive plus à trouver de nouveaux hôtes.

**Statistiques de ventes :** Françoise doit réaliser environ 11 escales mensuelles avec un nombre moyen de 7,5 clients par réunion et un CA moyen de 352,5 euros par réunion (panier moyen : 47 euros).

|  |  |
| --- | --- |
| **Objectif de Françoise** | 800 € |
| **Soit un CA HT de** | 3 636 € |
| **CA TTC** | 3 891 € |
| **Nombre d’escales** | 11 |

**Statistiques de ventes de Françoise pour le mois**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Objectif** | **Réalisé** | **Écart** |
| **Nombre d’escales** | 11 | 7 | - 4 |
| **Nombre moyen de clients** | 7,5 | 4 | - 3,5 |
| **CA TTC moyen par réunion** | 352,50 € | 208 € | - 144,5 € |
| **CA TTC mensuel** | 3 891 € | 1 456 € | - 2 435 € |
| **Panier moyen** | 47 € | 52 € | + 5 € |

1. Identifiez les actions à entreprendre face à ses difficultés.

– Le panier moyen d’achat aux réunions de Françoise est plus élevé que la moyenne de l’entreprise (52 euros au lieu de 47 euros). Les objectifs peuvent donc déjà être revus à la baisse, soit en termes de nombre de réunion, soit en termes de nombre de clients :

Nombre de réunions : 52 € x 7,5 = 390 ; 3891/390 = 10

Nombre de clients : 3 891 €/52 € = 74,83 paniers ; 74,83/11 = 6,80 clients par réunion ;

– Françoise a besoin de développer et de professionnaliser sa prospection. Plusieurs actions peuvent être mises en place : formation prospection (ciblage, trouver des contacts, communiquer, convaincre), échange de pratiques, réorganisation de son emploi du temps (prospection régulière et suivie).

1. En quoi l’entretien de suivi nécessite-t-il une approche de management relationnel ? Préparez le guide d’entretien pour assurer le suivi de Françoise.

Dans le cadre de la vente à domicile, les vendeurs sont indépendants. Le management opérationnel traditionnel fondé sur le *reporting* et les procédures ne peut être utilisé. Il placerait le vendeur en position de salarié et ne correspondrait pas à ses attentes d’autonomie.

En outre, le manager dans la vente à domicile est également en général le recruteur. Entre manager et vendeur, une relation affective existe.

Le management relationnel permet de motiver le vendeur grâce à des techniques d’écoute, d’empathie et de dialogue. Le manager instaure un climat positif susceptible de l’amener à s’investir.

**GUIDE D’ENTRETIEN**

**Conseiller(ère) :** Françoise Tardier

**Date :**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Étapes** | **Objectifs** | **Préconisations** |
| Objectif | Mettre à l’aise  Rappeler l’objectif | Accueillir dans la convivialité. Prendre le temps de demander des nouvelles de la vie personnelle.  Rappeler qu’il s’agit d’un entretien hebdomadaire, avec une demande d’aide spécifique. |
| Écouter la conseillère | Écoute active | Demander à Françoise son bilan d’activité.  Aider Françoise à exprimer son ressenti par le questionnement.  Montrer une attitude d’écoute active et positive. |
| Avancer les points forts | Encourager  Féliciter | Féliciter pour le panier moyen de vente de Françoise au-dessus de la moyenne : son enthousiasme pour les produits lui permet de convaincre en réunion.  Encourager à continuer à solliciter de l’aide. |
| Lister les points à améliorer | Expliquer  Illustrer  Rassurer | Expliquer que les points à améliorer sont :  – le nombre de réunions (7 au lieu de 10 ou 11) ;  – le nombre de participants/clients (4 au lieu de 7,5).  Rassurer en baissant les objectifs. |
| Conseiller | Conseils personnalisés | Proposer une formation.  Proposer un échange de pratiques lors du prochain rdv et des réunions mensuelles.  Conseiller sur l’organisation hebdomadaire (temps dédié à la prospection).  Réfléchir ensemble aux cibles et moyens de contact. |
| Planifier un prochain rdv | Accompagner | Fixer un nouveau rdv intermédiaire (mercredi par exemple). |
| Conclure | Vérifier la compréhension | Reformuler le contenu de l’entretien et demander la validation de Françoise. |
| Suite | Compte-rendu | Prendre des notes des points clés de l’entretien. |

Pour aller plus loin

Les étudiants peuvent simuler l’entretien par jeu de rôle.

1. Réalisez le compte-rendu de l’entretien à l’aide de l’outil de votre choix.

Email :

Objet : compte-rendu de notre entretien du lundi…………… ;

« Bonjour Françoise,

J’espère que tu vas bien et que tu es rassurée par notre entretien.

Tu as très bien réussi tes réunions de vente. Ton enthousiasme et ta convivialité sont contagieux. Tes invités sont convaincus. Leur panier d’achat est supérieur à la moyenne de l’entreprise.

Je comprends tes difficultés pour le recrutement de nouveaux hôtes. Le nombre d’escales mensuelles et de participants ne correspond effectivement pas à tes objectifs.

Grâce aux outils que nous allons mettre en place ensemble, nous pourrons développer le nombre d’escales que tu vas organiser.

Avec une heure dédiée de prospection par jour, tu pourras déjà suivre au plus près tes contacts. Nous planifierons dans les jours à venir une formation spécifique et lors de notre prochaine réunion d’équipe, nous dédierons un temps spécial d’échange de pratiques sur ce point.

Nous avons identifié des cibles ensemble et des modes de contact.

Nous ferons le point mercredi sur tes avancées. Je pourrai ainsi te conseiller pour la suite.

Je suis sûr que tu arriveras à atteindre tes objectifs grâce à ces outils. Je t’accompagnerai au fur et à mesure de leur mise en place.

Je te souhaite une bonne journée et à mercredi. »

III. Préparer la réunion d’équipe mensuelle

1. Repérez les écarts d’efficacité commerciale entre les conseillères au regard de leur profil et de leurs objectifs.



1. Identifiez les axes d’amélioration pour chaque conseillère.

| **Conseillère** | **Disponibilité** | **Escales** | **Participants** | **CA** | **Panier** | **Axes d’amélioration** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nadhya Sellami** | Débutante. Week end + 1,5 jours | X | X | X | X | Nadhya est débutante et n’a fait qu’une réunion. Appliquer le plan d’action de formation et l’organisation de l’activité. |
| **Françoise Tardier** | Matin + quelques week-ends | X | X | X | OK | Objectif de panier atteint. Vu en entretien : augmenter le nombre d’escales (formation et organisation prospection). |
| **Lisa Jouvelle** | Quelques week-ends | OK | X | X | X | Objectif nombre escales atteint. Améliorer le nombre de participants et le panier moyen (accompagnement de l’hôte et argumentaire de vente). |
| **Solène Festres** | Mi-temps | OK | X | OK | OK | Objectif de CA atteint.  Améliorer le nombre de participants (accompagnement de l’hôte). |
| **Valérie Sastre** | Mi-temps (possible temps complet) | OK | OK | OK | X | Objectif de CA atteint. Améliorer le panier moyen (argumentaire et/ou organisation escale). |
| **Myriam Ziani** | 2 jours | X | X | X | X | Aucun objectif atteint. Revoir la disponibilité et les objectifs avec elle pour que cela soit atteignable. |
| **Léane Berthet** | Mi-temps | OK | X | OK | X | Objectif de CA atteint. |
| **Estelle Gastier** | Mercredis et week-ends | X | OK | X | X | Objectif nombre de participants atteint. Améliorer la prospection ou revoir les objectifs de réunion selon les disponibilités. Améliorer le panier moyen (argumentaire et/ou organisation escale). |
| **Adilah Samba** | Temps complet | OK | OK | OK | OK | Tous les objectifs sont atteints. |
| **Delphine Marin** | Temps complet | X | OK | X | OK | Objectifs nombre de participants et panier moyen atteints. Développer le nombre d’escales (formation prospection, organisation). |

1. Préparez l’animation de votre prochaine réunion.

**RÉUNION D’ÉQUIPE MENSUELLE**

**MOIS DE ………………………………….**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Thème** | Réunion d’équipe mensuelle | | |
| **Objectif** | Palmarès du mois  Axes d’amélioration  Échange de pratiques  Informations générales | | |
| **Séquence** | Description | Méthode animation | Durée |
| **Accueil** | Accueil des participants avec un 1er moment convivial (café)  Remerciements de la présence de chacun  Rappel de l’ordre du jour  Présentation de la nouvelle recrue Nadhya Sellami | Accueil informel debout  Disposition en cercle ou en carré | 10 min |
| **Tour de table** | Temps d’expression libre de chacun |  | 10 min |
| **Asthéya** | Informations entreprise  Point nouveautés  Prévoir un temps de questionnement pour les conseillers |  | 15 min |
| **Palmarès du mois** | Bilan chiffré du mois écoulé  Félicitations pour les objectifs atteints en fonction des résultats de chacun. Valoriser leur réussite  Proposition sur les axes d’amélioration  Point sur le mois à venir |  | 25 min |
| **Échange de pratiques** | Proposer 2 ateliers selon les axes d’amélioration détectés : prospecter pour augmenter le nombre d’escales, argumenter pour vendre en réunion | Atelier d’échange de pratiques : 2 espaces à prévoir en cercle ou en U (pour le jeu de rôle) | 50 min |
| **Conclusion** | Redater la réunion prochaine  Fédérer et effectuer un dernier tour de table  Mot de la fin |  | 10 min |

IV. Faire participer l’équipe à un challenge de vente

1. Préparez un support de présentation du challenge pour la prochaine réunion de votre équipe.





1. Quel est l’objectif de l’entreprise avec ce challenge ?

Ce challenge permet à l’entreprise de développer ses ventes et son fichier contacts grâce à une hausse du nombre d’escales organisées par les vendeurs, avec un CA minimum de 200 euros TTC et de 5 participants, soit un panier moyen minimum à partir de 40 euros TTC (si chaque participant devient client).

1. Faites le bilan chiffré collectif et individuel du challenge.



Françoise Tardier, Solène Festres, Myriam Ziani et Adilah Samba n’ont pas atteint le nombre minimum de 16 escales sur la période. Léane Berthet n’a pas atteint l’objectif de 200 euros de CA TTC par escale.



Les bénéficiaires de lots sont Lisa Jouvelle, Valérie Sastre, Estelle Gastier, Delphine Marin.

Bilan collectif :

L’équipe réalise un CA moyen de 241,91 euros TTC, et 6 participants par escale. Il y a en moyenne 48,75 escales réalisées par mois, soit 5,42 escales par mois et par conseillère.

Elle réalise au total 47 173 euros TTC de CA, avec 195 escales réalisées, réunissant 1 091 participants, et 48 004 km parcourus.

1. Présentez les résultats à votre équipe et préparez un commentaire (félicitations, conseils…) pour chacune des conseillères.









Commentaires :

– Françoise Tardier : les objectifs de chiffre d’affaires et de nombre de participants sont atteints. La formation et les échanges de pratiques permettront d’augmenter le nombre d’escales ;

– Lisa Jouvelle : tous les objectifs sont atteints. Avec 10 252 km parcourus, le premier lot était très proche. Félicitations ;

– Solène Festres : avec 7 participants en moyenne, les escales sont très bien organisées. Malheureusement, il en manquait un sur la période pour entrer dans les conditions du challenge. Avec un chiffre d’affaires de 333 euros en moyenne, les escales sont une réussite. ;

– Valérie Sastre : tous les objectifs sont atteints. Près de 10 000 km parcourus, avec 41 escales et un chiffre d’affaires de 249 euros par escale. Félicitations ;

– Myriam Ziani : avec un CA moyen de 226 euros et 6 participants par escale, l’opération s’est bien déroulée. La formation et les échanges de pratiques permettront d’augmenter le nombre d’escales ;

– Léane Berthet : avec 28 escales réalisées, l’opération est un succès. Seul le chiffre d’affaires moyen réalisé n’a pas permis de rentrer dans les conditions du challenge, les échanges de pratiques permettront d’améliorer l’argumentaire lors des escales ;

– Estelle Gastier : toutes les conditions du challenge sont réunies. Avec 21 escales réalisées, l’opération s’est très bien déroulée étant donné sa disponibilité (travail d’appoint) ;

– Adilah Samba : avec un CA moyen de 246 euros et 7 participants par escale, l’opération s’est bien déroulée. Les escales sont bien organisées et plaisent aux invités. La formation et les échanges de pratiques permettront d’augmenter le nombre d’escales ;

– Delphine Marin : toutes les conditions du challenge sont réunies. Avec 21 escales réalisées, l’opération s’est très bien déroulée.

Applications

1. Fixer des objectifs (p. 271)

NIVEAU MAÎTRISE

1. Identifiez les attentes de la nouvelle conseillère. Classez ces attentes dans chaque item de la méthode SMART.

|  |  |
| --- | --- |
| Spécifique | Je veux obtenir un complément de revenu familial de 800 euros par mois en travaillant uniquement le matin. |
| Mesurable | Montant des commissions brutes mensuelles de 800 euros, soit un chiffre d’affaires de (commission de 25 %) 3 200 euros (800/25 %). |
| Atteignable | Connaissance de la vente de parfums et cosmétiques grâce à la vente en magasin. |
| Réaliste | Pour atteindre ce chiffre d’affaire, il faut réaliser environ 12 réunions par mois, soit 3 par semaine. Avec une disponibilité tous les matins, l’objectif est réaliste. Il reste 2 matins par semaine pour la prospection et le suivi des commandes. |
| Temporel | Un débutant réalise en moyenne 3 réunions par mois. Atteindre 12 réunions par mois conduit au statut de conseillère confirmée +. Il faut donc fixer une échéance pour atteindre ce statut, 6 mois par exemple. |

1. Aidez la nouvelle conseillère à fixer ses objectifs personnels.

**Prénom : Selma**

**Date de contrat :**

**Date de lancement :**

**MON PROJET PROFESSIONNEL**

**(Découvrir, me reconvertir, faire carrière, encadrer une équipe,…)**

|  |  |
| --- | --- |
| Objectifs professionnels | À quelle échéance ? |
| – revenu familial complémentaire | 6 mois |
| – garder du lien social tout en gardant du temps pour sa famille |  |

**MES ATTENTES EN TERMES DE REMUNERATION**

**(200, 500, 1 500… euros par mois)**

|  |  |
| --- | --- |
| Objectif de rémunération | À quelle échéance ? |
| 800 euros brut par mois | 6 mois |

**MES DISPONIBILITES**

**(tous les jours, les matins, le mercredi…)**

|  |  |
| --- | --- |
| Disponibilités | Contraintes |
| Tous les matins  Soit 20 heures par semaine (4\*5) | Uniquement le matin |

**MES OBJECTIFS**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Données chiffrées | | À quelle échéance ? |  | À quelle échéance ? |  | À quelle échéance ? |
| Nombre de réunions mensuelles | 3 | 2 mois | 6 | 4 mois | 11\* | 6 mois |
| Nombre d’invités | 10 | 2 mois | 15 | 4 mois | 20 | 6 mois |
| Nombre moyen de participants | 5 | 2 mois | 7 | 4 mois | 9 | 6 mois |
| Chiffre d’affaires | 500 € | 2 mois | 1 700 € | 4 mois | 3 200 €\* | 6 mois |
| Chiffre d’affaires moyen par réunion | 167 € | 2 mois | 283 € | 4 mois | 300 € | 6 mois |

\* *Calcul : CA moyen par réunion de l’entreprise en stade confirmé + : 3 600/12 = 300 euros*

*Nombre de réunions à réaliser : 3 200/300 = 11*

2. Planifier l’activité d’un vendeur (p. 272)

NIVEAU MAÎTRISE

1. Préparez une liste de conseils à transmettre à Selma pour organiser son travail. Utilisez le support numérique de votre choix pour qu’elle puisse retrouver ces conseils à tout moment.

**CONSEILS POUR BIEN DÉBUTER SON ACTIVITÉ**

– planifier son temps :

• prévoir un temps de prospection important ;

• garder du temps pour assurer le suivi des clients, prospects

– assurer les tâches liées à la vente :

• réunions, gestion des commandes, livraison ;

• établir un agenda hebdomadaire ;

• créer un fichier contacts ;

• prévoir de récupérer les coordonnées ;

• déterminer les informations personnelles nécessaires pour la réussite de la prospection

– assurer le suivi de l’activité :

• calcul du chiffre d’affaires ;

• suivi des objectifs

– garder du temps pour soi.

Pour aller plus loin

D’autres conseils peuvent être ajoutés :

– commencez par votre cercle le plus proche (famille et amis) et fixez-vous un nombre de contacts minimum à obtenir chaque semaine ou à chaque nouvelle réunion ;

– entraînez-vous, pour commencer, avec un nombre limité de personnes proches ;

– gardez votre PEPS : Persévérance, Enthousiasme, Positivité, Simplicité ;

– préparez vos outils d’aide à la vente ;

– formez-vous ;

– développez vos outils de communication ;

– participez à la vie du réseau…

1. Quelles actions doit-elle mettre en place ?

Prospecter, organiser son activité, suivre ses résultats, participer à la vie du réseau.

1. Élaborez le plan d’action de Selma pour atteindre ses objectifs.

| Actions | Objectifs | Durée hebdomadaire | Organisation | Outils |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Prospection hôtes | Développer ses contacts d’hôtes pour augmenter le nombre de réunion | 8h | 2 matinées par semaine | Mobilisation du réseau personnel, *phoning*, *emailing*, réseaux sociaux, *tracting* |
| Relance prospects | Relancer les contacts acquis lors des réunions précédentes ou des prospections | 1h | 0,5h 2 matins par semaine | *Phoning*, *emailing* |
| Communication | Création des outils de communication  Mise à jour régulière | 0,5h | 1 fois par semaine | Blog, réseaux sociaux, flyers pour le *tracting* |
| Suivi activité | Statistiques de ventes  Suivi des prospections et gestion de la base de données | 0,5h | Tous les vendredis matins | Créer un fichier contacts |
| Débriefing | Participer à la vie du réseau | 1h | En fonction des disponibilités | Téléphone, Skype |

3. Mettre en place l’accompagnement des VDI (p. 273)

NIVEAU MAÎTRISE

1. À partir de vos recherches sur Internet et de l’exemple de CCWellness, élaborez un document qui formalise les engagements que vous prendrez pour assurer le suivi des vendeurs.



1. Quels outils devez-vous mettre en place ?

Le suivi des vendeurs nécessite des solutions digitales (intranet, supports numériques) leur permettant de créer et gérer leurs bases de données, suivre leurs ventes, planifier leur activité, accéder aux formations, fiches produits et informations entreprise. Le manager et l’entreprise peuvent ainsi visualiser les données statistiques de l’activité des vendeurs et les assister en cas de difficultés.

Le suivi des vendeurs est également formalisé par des rencontres individuelles ou collectives, en présentiel ou à distance.

1. Quelles interactions allez-vous organiser avec vos vendeurs ?

Les vendeurs doivent bénéficier d’un accompagnement individuel régulier dès la signature de leur contrat. Ce contact est hebdomadaire, physique ou virtuel (téléphone, visioconférence). Il est assuré par le manager, mais l’entreprise peut également proposer un service dédié au sein du service commercial interne.

Chaque mois, les équipes de vendeurs sont réunies par leur manager.

Annuellement, le manager peut mettre en place un entretien, faisant le bilan de la motivation du vendeur. L’entreprise peut organiser un congrès annuel réunissant la totalité des vendeurs et managers.

4. Préparer un entretien individuel (p. 273)

NIVEAU MAÎTRISE

1. Calculez le revenu trimestriel d’Inès. Faites les recherches nécessaires sur le site de l’URSSAF pour évaluer les cotisations à verser.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Revenu trimestriel | |  |  |
| CA trimestre | 3 705 |  | (CA HT semaine\*52/4) |
| Commission | 741 |  | (CA trimestre\*taux commission) |

Site de l’URSSAF :

https://www.urssaf.fr/portail/home/employeur/calculer-les-cotisations/la-base-de-calcul/cas-particuliers--bases-forfaita/le-vendeur-a-domicile/quelles-cotisations-verser.html

Lorsque la rémunération brute trimestrielle est inférieure à trois fois le plafond journalier de la Sécurité sociale par le vendeur à domicile. Elles ne donnent pas lieu au versement des cotisations et contributions de Sécurité sociale.

Lorsque la rémunération brute trimestrielle avant abattement pour frais professionnels est inférieure à huit plafonds journaliers (soit 1 456 euros pour 2018), les cotisations sont fixées forfaitairement.

**Cotisations forfaitaires trimestrielles**

Montants au 1er janvier 2018

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Rémunération brute trimestrielle | Cotisation salariale | Cotisation patronale | Total |
| Inférieure à 546 €\* | 8 € | 17 € | 25 € |
| De 546 € à 1 091 € | 17 € | 33 € | 50 € |
| De 1 092 € à 1 455 € | 50 € | 100 € | 150 € |

\*  Montants donnés à titre indicatif, ce montant de rémunération ne donne pas lieu au versement des cotisations et contributions de Sécurité sociale.

Lorsque la rémunération brute trimestrielle est égale ou supérieure à huit plafonds journaliers de Sécurité sociale (1 456 € en 2018) et inférieure à 27 plafonds journaliers (4 914 euros en 2018), les cotisations sont calculées sur la base d’assiettes forfaitaires avec application des taux de droit commun.

Avec une rémunération trimestrielle de 741 euros, Inès est soumise au barème forfaitaire et devra verser 17 euros de cotisation soit une rémunération nette de 724 euros. L’entreprise verse 33 euros de cotisation.

1. Identifiez les facteurs de motivation d’Inès.

Inès conjugue plusieurs facteurs de motivation.

Elle souhaite une activité rémunératrice à temps complet. Elle est donc motivée par des facteurs extrinsèques (Herzberg) ou des besoins d’existence (théorie ERD).

Mère d’une enfant, elle souhaite travailler uniquement quatre jours par semaine. Elle souhaite concilier vie privée et vie professionnelle. Elle est alors plus motivée par des facteurs intrinsèques (autonomie).

Elle est passionnée par la création. Elle recherche donc également dans son activité professionnelle un épanouissement personnel.

1. Élaborez un guide d’entretien préparatoire.

**GUIDE D’ENTRETIEN**

**Conseiller(ère) :** Inès GRADET

**Date :** Lundi xx/xx/201x

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Etapes** | **Objectifs** | **Préconisations** |
| Accueillir | Mettre à l’aise  Rappeler l’objectif | Accueillir dans la convivialité. Prendre le temps de demander des nouvelles de la vie personnelle.  Faire référence à sa demande d’aide. |
| Féliciter | Placer l’entretien sous un angle positif | Féliciter Inès pour ses résultats et son envie de réussir. |
| Écouter la conseillère | Écoute active | Demander à Inès son bilan d’activité.  Aider Inès à exprimer son ressenti par le questionnement.  Montrer une attitude d’écoute active et positive. |
| Avancer les points forts | Faire le bilan statistique | Féliciter encore Inès pour ses résultats.  Faire le bilan statistique de son activité.  Identifier les points clés chiffrés. Faire le bilan de sons activité.  Identifier les axes d’amélioration : nombre de réunions, nombre d’invités par exemple. |
| Travailler les objectifs | Assistance à la fixation des objectifs | Revoir les objectifs pour la période à venir. |
| Actions à entreprendre | Conseils personnalisés | Proposer des actions à mettre en place.  Montrer son soutien et l’accompagnement dont va bénéficier Inès. |
| Planifier un prochain rdv | Redater | Fixer un rendez-vous d’accompagnement court terme. |
| Conclure | Vérifier la compréhension | Reformuler le contenu de l’entretien et demander la validation d’Inès. |
| Suite | Compte-rendu | Prendre des notes des points clés de l’entretien. |

1. Identifiez les actions à entreprendre face aux difficultés d’Inès. Assurez son entretien hebdomadaire de suivi.

Les actions à entreprendre :

– revoir l’organisation hebdomadaire pour améliorer les temps dédiés à la prospection ;

– identifier ses techniques de prospection (outils, argumentaires) et lui proposer des techniques plus adaptées, voire un accompagnement provisoire (réaliser un *phoning* avec elle) ;

– proposer des formations complémentaires offertes par l’entreprise

– faire le point avec elle sur son réseau et sa base de contacts afin d’identifier des contacts inexploités.

Les étudiants sont amenés à réaliser l’entretien d’Inès sous forme de jeu de rôle.

5. Coacher une équipe de vendeurs (p. 275)

NIVEAU MAÎTRISE

1. Identifiez et expliquez les différents statuts de vendeur chez Frederic M.

Frederic M a élaboré un plan de rémunération évolutif basé sur des points VA (volume d’affaires) acquis par les ventes du vendeur et de son groupe (vendeurs recrutés).

En fonction du nombre de points mensuels, le vendeur évolue en statut : distributeur, junior, senior, consultant, groupe manager et groupe manager expert.

Six mois après la dernière qualification, le vendeur qui a constitué un ou plusieurs groupes accède à un statut de distributeur privilégié hiérarchisé en fonction du nombre de groupe de première génération constitué.

Lorsque les groupes de première génération ont eux-mêmes constitué de nouveaux groupes, le vendeur peut accéder au statut de distributeur privilégié ambassadeur.

Exemple : le distributeur privilégié ambassadeur Jasmin doit avoir six groupes de première génération dont un Iris (groupe ayant lui-même deux groupes de première génération) et un Lavande (groupe ayant lui-même quatre groupes de première génération dont un Iris).

La construction du réseau est donc déterminante pour augmenter sa rémunération.

1. Quels sont vos avantages en tant que Groupe Manager ?

Le Groupe Manager doit réaliser au moins 4 500 VA sur un mois.

Après l’atteinte de ce seuil, il bénéficie d’avantages supplémentaires : des remises supplémentaires sur ses achats de produits (statut de VDI acheteur revendeur), des commissions sur les distributeurs parrainés dont le taux varie en fonction du statut des filleuls (20 % distributeur, 15 % junior, 10 % senior, 5 % consultant), une commission pour le statut de Distributeur privilégié Lys sur le nouveau groupe détaché.

1. Quelles qualités devez-vous développer pour réussir en tant que Groupe Manager ?

La réussite du Groupe Manager nécessite la mise en place de méthodes de management relationnel. Il doit permettre de guider et motiver ses vendeurs. Grâce à l’écoute, le manager identifie les facteurs de motivation de ses vendeurs, les transforme en énergie positive grâce à une communication adaptée.

Le savoir-être est donc fondamental. Il débute par le recrutement du filleul. Le Groupe Manager analyse la situation personnelle du filleul afin de lui proposer un plan d’action personnalisé.

Il développe lui-même les qualités qu’il attend de son équipe : rigueur, régularité, organisation, positivité, enthousiasme. Pour cela, il prend l’initiative de se former en permanence.

Dans le management de son équipe, le Groupe Manager est au service de ses filleuls. Il privilégie leur bien-être en les mettant en valeur, en révélant leurs atouts, entretenant leur énergie.

1. Élaborez un guide des méthodes qui vous permettront d’animer votre équipe.

|  |  |
| --- | --- |
| **Recrutement** | Analyse de la situation personnelle par le questionnement : Quels sont vos objectifs ? Votre temps de travail disponible ? Vos motivations ?...  Élaboration d’un plan d’action personnalisé |
| **Formation** | Développement personnel (confiance en soi, résistance aux échecs)  Formation permanente |
| **Suivi des vendeurs** | Rester au service des vendeurs : valoriser, identifier et développer leurs talents et savoir-faire  Partage d’expérience : transmettre la rigueur, l’organisation, l’état d’esprit  Former le vendeur : produit et dimension humaine entourant le produit |

6. Préparer la réunion mensuelle de votre équipe (p. 277)

NIVEAU MAÎTRISE

1. Constituez une base de données des profils des conseillères de votre réseau avec l’outil de votre choix.

Exemple : Excel



1. Analysez les statistiques de ventes et identifiez les axes d’amélioration pour chacun.





**AXES D’AMÉLIORATION**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nom** | **Axes d’amélioration** |
| CORTO Maria | Nombre de rendez-vous, taux de présence, taux de transformation, panier d’achat  ⮚Prospection hôtes ; accompagnement de l’hôtesse ; argumenter en réunion |
| PERNEL Céline | Nombre de rendez-vous, taux de présence  ⮚Prospection hôtes ; accompagnement de l’hôtesse |
| TOURET Françoise | Panier d’achat, indice de vente  ⮚Argumenter en réunion ; connaissance produits |
| PERTHOD Gaëlle | Nombre de rendez-vous, taux de présence  ⮚Prospection hôtes ; accompagnement de l’hôtesse |
| NILLET Loriane | Taux de présence, indice de vente  ⮚Accompagnement de l’hôtesse ; argumenter en réunion ; connaissance produits |
| PERAULT Lisa | Panier d’achat, indice de vente  ⮚Argumenter en réunion ; connaissance produits |

1. Élaborez le programme de la réunion à venir. Transmettez-le à l’équipe.

**RÉUNION D’ÉQUIPE MENSUELLE**

**MOIS DE ………………………………….**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Thème** | **Réunion d’équipe mensuelle** | | |
| **Objectif** | Palmarès du mois  Axes d’amélioration  Échange de pratiques  Informations générales | | |
| **Séquence** | Description | Méthode animation | Durée |
| **Accueil** | Accueil des participants avec un 1er moment convivial (café)  Remerciements de la présence de chacun  Rappel de l’ordre du jour | Accueil informel debout  Disposition en cercle ou en carré | 10 min |
| **Tour de table** | Temps d’expression libre de chacun |  | 10 min |
| **Palmarès du mois** | Bilan chiffré du mois écoulé  Félicitations pour les objectifs atteints en fonction des résultats de chacun. Valoriser leur réussite  Proposition sur les axes d’amélioration  Point sur le mois à venir |  | 15 min |
| **Échange de pratiques** | Proposer des ateliers d’échange de pratiques en fonction des axes d’amélioration identifiés :  Prospection hôte  Accompagner l’hôte  Argumenter en réunion  Connaissance produits | Atelier d’échange de pratiques : en fonction de leurs points forts, les ateliers sont animés par les conseillères avec 2 ateliers en simultané | 60 min |
| **Informations générales** | Informations entreprise  Point nouveautés  Prévoir un temps de questionnement pour les conseillers | Présenter le nouveau catalogue  Annoncer le challenge à venir | 15 min |
| **Conclusion** | Redater la réunion prochaine  Fédérer et effectuer un dernier tour de table  Mot de la fin |  | 10 min |

1. Prévoyez pour chaque conseillère une présentation personnalisée pour les encourager ou les rassurer.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nom** | **Points forts** | **Qualités** |
| CORTO Maria | Indice de vente, panier d’achat client très correct | Connaissance des produits |
| PERNEL Céline | Taux de transformation, panier d’achat, indice de vente | Accompagnement de l’hôte  Argumentaire de vente  Connaissance produits |
| TOURET Françoise | Nombre de rendez-vous, taux de présence, taux de transformation, indice de vente | Prospection hôtes  Accompagnement de l’hôte |
| PERTHOD Gaëlle | Taux de transformation, panier d’achat, indice de vente | Accompagnement de l’hôte  Argumentaire de vente  Connaissance produits |
| NILLET Loriane | Nombre de rendez-vous, taux de transformation, panier d’achat | Prospection hôtes  Accompagnement de l’hôte  Argumentaire de vente |
| PERAULT Lisa | Nombre de rendez-vous, taux de présence, taux de transformation | Prospection hôtes  Accompagnement de l’hôte |

7. Dynamiser le réseau et entretenir le lien avec l’entreprise (p. 278)

NIVEAU EXPERTISE

1. Identifiez les missions du responsable régional.

Le responsable a pour mission principale d’être le médiateur entre le siège de l’entreprise de vente directe et les vendeurs :

– il transmet les informations de l’entreprise aux vendeurs (exemple : nouveaux produits) ;

– il fait remonter les informations fournies par les vendeurs à l’entreprise, leurs questions, inquiétudes ;

– il travaille en étroite collaboration avec la direction, notamment les stratégies permettant aux vendeurs d’augmenter leurs ventes.

Il manage son secteur géographique :

– il recrute et forme les conseillers ;

– il organise des réunions de secteur ;

– il accompagne de manière individualisée les vendeurs en fonction de leur profil.

1. En quoi le responsable régional permet-il à l’entreprise de vente directe d’interagir avec le réseau de vendeurs ?

L’entreprise de vente directe n’a pas de pouvoir hiérarchique sur ses vendeurs qui sont très majoritairement indépendants et externalisés. Le contact entre les vendeurs et le siège est rare. Il ne se fait que lors des séminaires d’entreprise ou si l’entreprise fournit un service d’accueil à distance aux vendeurs. En étant sur le terrain, le responsable régional est en contact direct avec les vendeurs. Il peut ainsi transmettre les informations de l’entreprise et faire remonter les informations fournies par les vendeurs. Il assiste ainsi l’entreprise dans le choix de stratégies à mettre en place par sa connaissance des difficultés des vendeurs.

1. Élaborez la fiche de poste du responsable régional pour communiquer sur ce recrutement.

##### **Fiche de description de poste**

|  |  |
| --- | --- |
| **IDENTIFICATION DU POSTE** | |
| *Intitulé du poste* | Responsable régional |
| **LES MISSIONS DU POSTE** | |
| *Mission principale, raison d’être ou finalité du poste* | Le responsable régional fait le lien entre le siège de l’entreprise et les conseillers en vente directe. |
| *Missions et activités*  *du poste* | Le responsable a pour mission principale d’être le médiateur entre le siège de l’entreprise de vente directe et les vendeurs :  – il transmet les informations de l’entreprise aux vendeurs (exemple : nouveaux produits) ;  – il fait remonter les informations fournies par les vendeurs à l’entreprise, leurs questions, leurs inquiétudes ;  – il travaille en étroite collaboration avec la direction, notamment les stratégies permettant aux vendeurs d’augmenter leurs ventes.  Il manage son secteur géographique :  – il recrute et forme les conseillers ;  – il organise des réunions de secteur ;  – il accompagne de manière individualisée les vendeurs en fonction de leur profil ;  – il développe les ventes de son secteur géographique. |
| *Champ d’autonomie* | Sous la responsabilité hiérarchique de la direction commerciale de l’entreprise. |
| *Coopérations à développer* | Manage un réseau de vendeurs indépendants. |
|  | **COMPETENCES REQUISES** |
| *Profil du poste* | Les « savoirs » :  Expérience dans la vente à domicile  Connaissance produits  Le « savoir-faire » :  Maîtrise du terrain  Maîtrise des techniques de communication et de développement personnel  Le « savoir-être » :  Sens du relationnel  Écoute et pédagogie  Adaptabilité  Convivialité et enthousiasme  Capacité de conviction |
| *Évolution possible* | Direction commerciale |
| *Éléments du poste* | Statut de salarié en CDI  Rémunération selon contrat de travail avec une partie fixe et une partie variable  Mobilité géographique |

1. Réalisez une fiche conseil d’animation pour vos deux nouveaux responsables régionaux.



8. Organiser un challenge de vente (p. 279)

NIVEAU EXPERTISE

1. Quels étaient les objectifs des deux challenges organisés par Parenthèse Café ?

Parenthèse Café poursuit un double objectif :

– recruter de nouveaux vendeurs ;

– augmenter le chiffre d’affaires (le filleul doit réaliser au moins 300 euros de CAHT au cours des deux premiers mois de son activité).

1. Comment les vendeurs étaient-ils motivés ?

Les vendeurs sont motivés par des cadeaux (sets de conservation) et les commissions d’animation versées sur les ventes réalisées par les nouveaux filleuls.

1. Imaginez le prochain challenge : objectifs à atteindre, récompense et indicateurs de mesure.

Les objectifs généraux de l’entreprise sont fournis par l’énoncé : recruter au moins 50 nouveaux vendeurs et augmenter de 20 % le chiffre d’affaires.

***Exemple de challenge :***

**Objectifs :** recruter au moins deux nouveaux vendeurs qui réalisent au moins 800 euros de CA au cours des deux premiers mois de leur activité.

**Récompense :**

Les étudiants peuvent être incités à aller consulter le site de Parenthèse Café pour identifier les récompenses (http://www.parenthesecafe.fr).

Exemple : 1 coffret découverte Parenthèse Café + coffret Santé Bio Parenthèse Café.

Ils peuvent aussi s’inspirer du document 2 : séjour gastronomique dans un château.

Le challenge peut prévoir deux prix différents.

**Indicateurs de mesure :**

– nombre de filleuls recrutés pendant la période ;

– CA réalisé par les filleuls dans les deux premiers mois de leur activité.

1. Rédigez l’annonce qui permettra de présenter ce nouveau challenge aux vendeurs.



Chers VDI, un nouveau Challenge Recrutement vous attend, valable pour les 6 prochains mois.

Découvrez les trésors du patrimoine français, partez en séjour gastronomique en château !

Pour le recrutement d’au moins 2 filleuls, réalisant au moins 800 euros de CA HT dans les 2 premiers mois de leur activité, vous pourrez gagner ce séjour inoubliable.

Ce prix se cumule avec les commissions d’animation versées sur les ventes de vos filleuls.

Vous avez réussi à recruter 1 nouveau filleul, réalisant au moins 400 euros de CA HT dans les   
2 premiers mois de son activité ? Un 2e prix vous attend, 2 coffrets Parenthèse Café !

