

# FORCES DE VENTE

Déployer votre leadership en surface de vente

- Bataille sur les promotions, boom de la proximité, croissance des assortiments... : quels leviers activer pour saisir les opportunités d'affaires à l'horizon 2017
- Lancement de produit, expérience shopper, commando : orchestrer l'excellence opérationnelle en surface de vente
- Comment gagner en proximité relationnelle et devenir le partenaire clé de vos clients distributeurs

■■■ AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE ■■■



Richard LEROSEY  
Directeur commercial  
SWANIA



Nathalie MAINGOT  
Sales Academy Manager  
Western Europe  
MONDELEZ INTERNATIONAL



Fabian PIQUET  
Responsable forces de vente  
et formation grand public  
MICROSOFT FRANCE



Hugues VINCENT  
Directeur national  
des ventes  
HENKEL

■■■ ET NOTAMMENT LES INTERVENTIONS DE ■■■

- DANONE EAUX FRANCE • IRI • LOCALEYES • MOBEYE
- PUISSANCE 3 (MEO, LEROUX, VERQUIN CONFISEUR) • UPSSELL •

En partenariat avec



Avec le soutien de



Formations préalables

13 JUN 2016

**DIGITAL IN-STORE**

15 JUN 2016

**FORCES DE VENTE**

Multiplication des formats de points de vente, transfert de la guerre des prix vers la guerre des promos, boom de la proximité... : le rôle des forces de vente devient à la fois plus complexe et plus indispensable pour développer le business des industriels de la grande conso.

Dans un contexte de concurrence accrue, **comment leur permettre de relever au mieux ces défis et devenir les partenaires clés de vos clients distributeurs ?**

Pour répondre à cette question, LSA organise le 14 juin 2016 au Pavillon Royal, la nouvelle édition de sa conférence FORCES DE VENTE. Un plateau exceptionnel de Directeurs commerciaux et de Directeurs des ventes revient sur les solutions qui leur permettent de développer leur chiffre d'affaires et optimiser leur exécution en surface de vente.

- Bataille sur les promotions, boom de la proximité, croissance des assortiments... : **quels leviers activer pour saisir les opportunités d'affaires à l'horizon 2017**
- Lancement de produit, expérience shopper, commando : **orchestrer l'excellence opérationnelle en surface de vente**
- **Comment gagner en proximité relationnelle et accompagner vos clients dans leurs challenges commerciaux**

Pour aller plus loin, deux formations complémentaires animées par ATSUKE et l'IMPP, vous apporteront les méthodes opérationnelles pour tirer parti du digital en surface de vente et mettre en œuvre le category management de terrain au sein de votre organisation commerciale.

Je vous donne rendez-vous les 13, 14 et 15 juin prochains,

Inscrivez-vous sans plus tarder !

**Aurore CHRISTINA**  
**Chef de projet conférences LSA**



Depuis 1958, LSA anime le marché de la grande consommation avec un hebdomadaire diffusé à plus de 20 000 exemplaires autour duquel se sont développés de nombreux services d'information et de mise en relation. Il accompagne les acteurs de la grande consommation et les aide à décrypter l'actualité, pour améliorer leurs performances, adapter leurs pratiques et produits aux évolutions du marché.

Marque médias de référence pour tous les cadres et décideurs de la grande consommation en France, LSA a développé une expertise pointue et se distingue par son approche innovante et proactive.

Les rencontres LSA se déclinent sous plusieurs formats :

- Des événements annuels sous forme de conférences, congrès et trophées
- Des formations pratiques et méthodologiques, clubs et matinées débats

UNE PUBLICATION DU GROUPE

**INFOPRO**  
*digital*

# FORCES DE VENTE

## Déployer votre leadership en surface de vente

### AVEC LES INTERVENTIONS DE :

<b>Aymeric BERENGER</b>	Co-fondateur <b>MOBEYE</b>
<b>Maud DERIVERY</b>	Directrice organisation et animation des ventes <b>DANONE EAUX FRANCE</b>
<b>Alice DE VANSSAY</b>	Directrice enseignes <b>DANONE EAUX FRANCE</b>
<b>Éric GRASLAND</b>	Président <b>UPSELL</b>
<b>Olivier HUMEAU</b>	Directeur général <b>IRI</b>
<b>Richard LEROSEY</b>	Directeur commercial <b>SWANIA</b>
<b>Livio LUMBROSO</b>	Co-fondateur <b>LOCALEYES</b>
<b>Nathalie MAINGOT</b>	Sales Academy Manager Western Europe <b>MONDELEZ INTERNATIONAL</b>
<b>Fabian PIQUET</b>	Responsable forces de vente et formation grand public <b>MICROSOFT FRANCE</b>
<b>Hugues VINCENT</b>	Directeur national des ventes <b>HENKEL</b>

### VOUS ÊTES CONCERNÉS :

#### • Distributeurs et industriels de grands groupes et PME •

- Directeurs et responsables commerciaux • Directeurs nationaux des ventes GMS • Directeurs nationaux des ventes HD • Directeurs nationaux des ventes Impulse • Directeurs généraux et directeurs adjoints • Directeurs et responsables développement des ventes • Responsables comptes-clés • Directeurs de marché • Directeurs clients nationaux • Directeurs et responsables merchandising et/ou trade marketing • Directeurs et responsables marketing • Category managers • Responsables marketing nationaux • Directeurs et responsables d'enseigne • Directeurs de magasin • Directeurs centrales d'achats • Directeurs et responsables achats • Chefs de rayon •...

Journée animée par la Rédaction de LSA

8h30 Accueil des participants

### REPENSER LA VALEUR AJOUTÉE DE VOS FORCES DE VENTE POUR RELEVER VOS DÉFIS COMMERCIAUX

9h00 **État des lieux chiffré des ventes en GMS : quelles opportunités d'affaires à l'horizon 2017**

- Le point sur les évolutions des catégories par format de magasin et les performances des marques
- Comprendre les nouveaux modèles de consommation et les enjeux business associés
- Croissance des assortiments, bataille sur les promotions, disponibilité linéaire, multiplication des formats et des circuits de distribution... : quels défis pour vos forces commerciales

Olivier HUMEAU | Directeur général | **IRI**

9h30 **DÉBAT Composer une force de vente optimale et garante de votre croissance future**

- Développement commercial, diversification de votre stratégie, conquête de nouveaux circuits : identifier les chantiers prioritaires et investir dans vos ambitions commerciales
- Commandos, forces de vente externalisées, promoteurs des ventes, marketing opérationnel... : quelles actions terrain pour relever le challenge de la bataille des promotions

Richard LEROSEY | Directeur commercial | **SWANIA**

*Noms des autres intervenants en attente de confirmation*

10h15 **Conduire vos objectifs commerciaux sur la base de la réalité de vos points de vente**

- Les clés pour mesurer avec précision la conformité et l'impact de votre action commerciale
- Montée en DN, merchandising, promotions... : suivre l'application des accords commerciaux et piloter l'exécution
- Relevé photographique, étude d'impact et actions correctives : retour d'expérience d'un acteur de la grande conso

Livio LUMBROSO | Co-fondateur | **LOCALEYES**

Avec l'intervention d'un industriel

10h45 Pause

11h15 **Gérer les priorités commerciales et maximiser l'efficacité de chaque visite : quels indicateurs et quelle méthodologie**

- Recenser les indicateurs pertinents
- Prendre en compte les priorités enseignes et points de vente
- Ajouter une dimension géographique pour l'optimisation

Eric GRASLAND | Président | **UPSELL**

11h45 **MUTUALISATION Découpler votre force commerciale : atouts et enjeux de la mutualisation de vos équipes de vente**

- Développer une nouvelle force de vente sur la base de valeurs communes : comment mobiliser et engager vos directions commerciales
- Quelle équation gagnante pour développer une organisation qui profite aux trois parties prenantes
- Retour d'expérience et premiers résultats de la mutualisation

Les directions commerciales de MEO, LEROUX, VERQUIN CONFISEUR | **PUISSANCE 3**

12h30 Déjeuner

14h00 **ÉCOLE DES VENTES Faire de votre force de vente un référent de l'efficacité commerciale terrain**

- Construire des compétences, transmettre des connaissances et diffuser un langage commun via des parcours structurés et progressifs : ambitions et enjeux de la Sales Academy Mondelez
- Un modèle interne école des ventes étroitement lié à la force du relais managérial : rôle des directeurs de région dans la formation et le coaching des équipes
- Vers de nouveaux ways of working formation pour saisir les nouveaux modes de communication

Nathalie MAINGOT | Sales Academy Manager Western Europe | **MONDELEZ INTERNATIONAL**

### ORCHESTRER L'EXCELLENCE OPÉRATIONNELLE EN SURFACE DE VENTE

14h30 **Innover dans l'action terrain à travers une approche partenariale pour optimiser l'expérience shopper**

- Trafic, création de valeur et expérience shopper : enjeux et ambitions de la création d'une équipe de vendeurs domiciliés chez votre client distributeur
- Avant-vente, expertise technique, animations quotidiennes : quelle feuille de route pour les vendeurs de shop-in-shop
- Retour sur le partenariat original déployé par Microsoft France et un distributeur

Fabian PIQUET | Responsable forces de vente et formation grand public | **MICROSOFT FRANCE**

15h00 **Comment adresser les points de vente non-visités par votre force de vente**

- Disponibilité linéaire : chiffrer votre potentiel de développement commercial
- Activation commando ou externalisée : comment dimensionner votre action au plus juste pour maximiser votre ROI
- Illustration via le témoignage d'un Directeur national des ventes de la grande conso

Aymeric BÉRENGER | Co-fondateur | **MOBEYE**

Avec l'intervention d'un industriel

15h30 **PROXIMITÉ Miser sur un dispositif puissant pour maximiser la visibilité de votre innovation dès son lancement**

- Communication, théâtralisation, merchandising... : préparer l'amont avec l'enseigne pour optimiser l'efficacité de votre lancement
- Comment mobiliser et animer vos équipes commerciales en opérations commandos
- Analyser les résultats et dupliquer le dispositif : focus sur le puissant dispositif Evian Prestige chez Monoprix

Maud DERIVERY | Directrice organisation et animation des ventes | **DANONE EAUX FRANCE**

Alice DE VANSSAY | Directrice enseignes | **DANONE EAUX FRANCE**

16h00 **Engager vos forces de vente dans la réussite d'un lancement de produit d'envergure**

- Rapide montée en DN, promotion locale et nationale, massification, hyper-théâtralisation... : saisir les facteurs clés de succès du lancement de vos innovations
- Force de vente interne, supplétive SM et supplétive proxi : comment décliner et piloter les objectifs commerciaux
- Résultats et illustration via un lancement de produit réussi

Hugues VINCENT | Directeur national des ventes | **HENKEL**

16h30 Fin de la journée

Lundi 13 juin 2016

## DIGITAL IN-STORE

Tirer parti du digital en point de vente pour enrichir vos parcours shoppers

Places limitées

Objectifs de la formation :

- ✓ Mettre en œuvre de nouvelles interactions avec vos shoppers en point de vente
- ✓ Les clés pour intégrer le digital dans vos parcours d'achat et enrichir l'expérience shopper
- ✓ Maîtriser les techniques pour travailler le magasin connecté de demain

Formation animée par :



Bertrand JONQUOIS  
Co-fondateur et Délégué  
ATSUKE

### Maîtriser les transformations de la distribution et des usages digitalisés en point de vente

- Identifier les implications opérationnelles de la digitalisation pour votre entreprise
- Mobile, tablettes, phablettes, wearables, objets connectés... : décrypter les nouveaux équipements de vos shoppers
- Comprendre les nouveaux usages et les intégrer dans une stratégie de marque ou d'enseigne : l'interaction in-store
- Smartphones : quelles évolutions de la recherche et de la géolocalisation sur Internet

### Identifier et mettre en œuvre les moyens digitaux pour enrichir vos parcours client

- Quelles techniques pour optimiser les services et fluidifier l'expérience shopper
- Mettre en place des outils pour analyser le trafic en point de vente
- Comprendre et intégrer la dématérialisation des moyens de paiement : avantages et risques
- Digitaliser votre vendeur/conseiller : quelle pratique préconiser, quelle attitude adopter, quelle part accorder au digital

### Quelle méthode pour exploiter le potentiel des objets connectés et des nouvelles technologies en magasin

- Bluetooth / BLE, ultrason, QR codes, reconnaissance d'image, NFC, Wi-Fi... : le point sur les différentes technologies et leurs utilisations
- Objets connectés : comprendre les différents usages pour les industriels et les distributeurs
- Quel budget envisager pour la mise en place d'un tel dispositif
- Evaluer le ROI : en magasin, sur mobile, en matière de données collectées, etc.
- Maîtriser le cadre juridique de la collecte des données en points de vente : obligations de protection, déclaration CNIL, nature des données collectées...

**CAS PRATIQUES** dans l'univers de la grande consommation et de la distribution en France et à l'international

Horaires :

8h30 : accueil des participants / 9h00 : début de la journée

12h30 : déjeuner avec l'ensemble des participants

17h30 : fin de la journée

Mercredi 15 juin 2016

## FORCES DE VENTE

Décupler l'efficacité de votre force de vente grâce au catman de terrain

Places limitées

Objectifs de la formation :

- ✓ Définir les apports du category management de terrain et les différentes étapes de sa mise en œuvre
- ✓ Evaluer la capacité de votre organisation à adopter le category management de terrain
- ✓ Acquérir les outils pour réussir la montée en compétence de votre force de vente sur le category management

Formation animée par :



Bernard BOURDON  
IMPP

### Maîtriser les fondamentaux du category management et identifier le rôle de votre force de vente dans cette démarche

- Cerner les enjeux et les bénéfices pour l'industriel, le distributeur et le shopper
- Comprendre les mécanismes et les applications en magasin
- Identifier les leviers au service de votre force de vente
- Pénétration, fréquence, panier : résoudre « l'équation magique du catman »

### Construire une stratégie catégorielle du dernier mètre

- Prioriser les magasins et calibrer l'activité de vos équipes commerciales
- Diagnostiquer la catégorie dans le magasin pour bâtir le plan d'affaires
- Assurer l'exécution des plans d'action enseignes et la feuille de route de vos commerciaux

### Exercice : la « Boîte à outils » du Directeur des ventes pour instaurer le catman de terrain

- Evaluer la capacité de votre entreprise à intégrer cette nouvelle méthode
- Déterminer les orientations les plus pertinentes pour vos équipes
- Appréhender les étapes clés de sa mise en œuvre
- Définir les livrables clés à développer pour vos équipes commerciales

### Conduire efficacement la montée en compétence de votre force de vente

- Distinguer la posture de vendeur classique de celle de « Business developer »
- Appréhender les impacts sur l'organisation, les équipes et le management intermédiaire
- Ajuster la part d'outils, de méthodes et de formation

### Les clés du succès pour adopter le category management de terrain

- Construire le plan d'affaires et engager durablement chaque magasin
- Piloter votre plan business après accord du client
- Mesurer vos actions et valoriser leurs résultats auprès de vos clients

**Application des acquis à travers des études de cas, travaux en sous-groupes et benchmarks d'approches catégorielles appliquées par des commerciaux en surface de vente**

Horaires :

8h30 : accueil des participants / 9h00 : début de la journée

12h30 : déjeuner avec l'ensemble des participants

17h30 : fin de la journée

## ■ Conférence

**Mardi 14 juin 2016**

PAVILLON ROYAL , PARIS  
Carrefour du bout des lacs,  
1 Route de la Muette à Neuilly  
75116 PARIS  
Tél. : 01 58 01 11 11  
<http://www.pavillon-royal.paris>  
Métro : Porte Dauphine (ligne n°2)  
Des minibus assureront la navette entre le métro  
Porte Dauphine et le Pavillon Royal de 8h00 à 10h00  
et de 16h00 à 17h30. Point de départ des navettes :  
devant la gare RER - Trajet estimatif : 10 minutes  
Parking privatif

## ■ Formations préalables

**Lundi 13 juin 2016 • DIGITAL IN-STORE**

**Mercredi 15 juin 2016 • FORCES DE VENTE**

Les formations se tiendront à Paris.  
Le lieu exact de la formation vous sera précisé  
sur votre convocation envoyée avant le stage

**Consultez les informations relatives à l'hébergement  
et à l'accès sur notre site internet :**

**[http://evenements.infopro-digital.com/lisa/conference-  
forces-de-vente-2016-4567](http://evenements.infopro-digital.com/lisa/conference-forces-de-vente-2016-4567)**

Onglet informations et tarifs

## En partenariat avec



LocalEyes est le leader français des relevés terrain destinés aux calculs d'impact et opérés par la foule. La start-up, fondée en 2013, compte plus de 50.000 utilisateurs et près de 60 clients grands comptes dans les univers de la grande distribution, de la pharmacie et de la distribution spécialisée. Ses offres s'adressent à tous les industriels et réseaux de distribution souhaitant mesurer de manière récurrente et standardisée l'exécution de leurs plans opérationnels et travailler sur la productivité des processus terrain. Avec une technologie et un savoir-faire éprouvé en matière de certification de l'information, LocalEyes a déjà fourni plus de 2 millions de photos à ses clients.

<http://localeyes-app.com>



L'application smartphone pour gagner de l'argent sur iPhone et Android !

[www.mobeye-app.com/](http://www.mobeye-app.com/)



**UP SELL : les atouts d'un spécialiste de la force de vente externe**

UP SELL, expert en force de vente externalisée, accompagne ses clients dans leur développement et active le processus interne qui consiste à repenser les objectifs et l'organisation. Cela permet de trouver de nouvelles sources de croissance et d'améliorer l'efficacité commerciale. La particularité d'UP SELL est sa grande réactivité et sa flexibilité, lui permettant de s'adapter à un environnement en perpétuel mouvement. Elle s'est dotée d'outils technologiques innovants garantissant à ses clients un résultat mesurable et une transparence absolue sur le travail effectué par ses commerciaux.

[www.upsell.fr](http://www.upsell.fr)

## Avec le soutien de



L'Association Nationale des Industries Alimentaires (ANIA) rassemble 20 fédérations nationales sectorielles et 23 associations régionales des industries alimentaires. Elle représente plus de 11 800 entreprises alimentaires de toutes tailles et de tous secteurs. Elle est le porte-parole de l'industrie alimentaire et agit pour promouvoir les intérêts des entreprises du 1er secteur industriel français.

[www.ania.net](http://www.ania.net)

## VOUS FORMER avec LSA ?

Toutes les formations sur <http://evenements.infopro-digital.com/lisa/formations/>

### Conditions générales de vente

Les conférences et formations des Rencontres de LSA sont organisées par la société GISI.

GISI est un organisme de formation déclaré sous le numéro d'activité 11 92 17343 92 auprès du préfet de région d'Ile de France. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat et ce en vertu de l'article L.6352-12 du code du travail.

Tarifs valables jusqu'à la date des événements. TVA : 20 %. Les informations à caractère personnel recueillies ci-dessus par la société Groupe Industrie Services Info (GISI) Société par actions simplifiée au capital de 38 628 352 euros. Siège social : 10, place du Général de gaulle - 92160 ANTONY immatriculée au R.C.S.NANTERRE sous le n°442 233 417 font l'objet d'un traitement informatique.

Elles sont nécessaires à notre société pour traiter votre commande, et sont enregistrées dans notre fichier de clients. GISI pourra vous envoyer des communications relatives à nos activités. Conformément à la loi Informatique et Libertés du 6 août 2004 (art. 34 et s.) vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, de modification et de suppression sur l'ensemble des données qui vous concernent.

Pour exercer ces droits, vous pouvez écrire à : [cnil@gisi.fr](mailto:cnil@gisi.fr)

Retrouvez l'intégralité des modalités d'inscription et conditions générales de vente sur <http://evenements.infopro-digital.com/lisa/cgv>

# Bulletin d'Inscription

À retourner à Pénélope Vincent / LSA - Fax : +33 (0)1 77 92 98 17  
Antony Parc II - 10, place du Général de Gaulle  
BP 20156 - 92186 Antony Cedex

Mme  M.

Nom : .....

Prénom : .....

Fonction : .....

Tél. : ..... Port. : .....

E-mail : .....@ .....

Société : .....

Adresse : .....

Code postal : ..... Ville : .....

Cedex : ..... Pays : .....

N° TVA intracommunautaire : .....

N° Commande interne : .....

N° de Siren : .....

Organisme payeur et adresse de facturation (si différents) : .....

## Je m'inscris et je choisis :

- La conférence FORCES DE VENTE du 14 juin 2016
- La formation DIGITAL IN-STORE du 13 juin 2016
- La formation FORCES DE VENTE du 15 juin 2016

TARIF GÉNÉRAL			
Tarifs pour une inscription	1 Jour	2 Jours	3 Jours
jusqu'au 31 mai	<input type="checkbox"/> 1 095 € HT 1 314 € TTC	<input type="checkbox"/> 1 790 € HT 2 148 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 295 € HT 2 754 € TTC
à partir du 1 <sup>er</sup> juin	<input type="checkbox"/> 1 195 € HT 1 434 € TTC	<input type="checkbox"/> 1 890 € HT 2 268 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 395 € HT 2 874 € TTC

Inscrivez-vous à plusieurs et bénéficiez de nos tarifs dégressifs :

<http://evenements.infopro-digital.com/lisa/>

- Je joins un chèque de.....€ TTC à l'ordre de GISI
- J'enverrai mon paiement à réception de la facture
- J'accepte de recevoir des offres adressées par LSA ou ses partenaires
- Je reconnais avoir pris connaissance des Conditions Générales de Vente qui sont accessibles à l'adresse : <http://evenements.infopro-digital.com/lisa/cgv> et les accepte sans réserve

Fait à : .....

Le. : .....

Signature

Cachet de l'entreprise