

FORCES DE VENTE

Quels leviers actionner pour soutenir les performances
de vos commerciaux

- Quelles sont les clés pour motiver et fidéliser vos commerciaux
- Comment recentrer leurs missions sur les actions à forte valeur ajoutée
- Comment mieux répondre aux attentes des distributeurs

■■■ AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE ■■■



Thierry BASSI
Directeur national des
ventes
HEINEKEN ENTREPRISE



Pierre MARTINET
Président-Directeur général
PIERRE MARTINET



Daniel SBERNA
Adhérent Responsable
Sourcing & PME
INTERMARCHÉ



Guillaume VALLEE
Directeur des ventes
DYSON

■■■ ET NOTAMMENT LES INTERVENTIONS DE ■■■

- **Pascal BLANCHARD**, *Directeur national des ventes Schwarzkopf et Henkel*, **HENKEL FRANCE**
- **Guillaume DARRASSE**, *Directeur général de la centrale nationale*, **SYSTÈME U**
- **Dominique HUTH**, *Directeur de l'Alliance Fromagère*, **BONGRAIN**
- **Philippe LAMBOLEY**, *Vice-président, Directeur national des ventes*, **COCA-COLA ENTREPRISE**

En partenariat avec



Avec le soutien de



Formation complémentaire

15 juin 2012

FORCES DE VENTE
Construire un système de rémunération
motivant en période de crise

Baisse du pouvoir d'achat, inflation... : les français consomment moins et cela se ressent lors des négociations en magasin. Vos commerciaux ont besoin d'être remotivés en cette période où leurs objectifs quantitatifs sont plus difficiles à atteindre.

D'autant plus que le turnover des commerciaux coûte cher à l'entreprise et ralentit son développement. Comment vous assurer de la réussite du recrutement et de la formation de vos chefs de secteurs ? Et quels leviers mettre en œuvre pour les motiver, les fidéliser et les impliquer dans le développement de votre activité.

Merchandising, trade marketing, gestion des ruptures... : vos commerciaux ont un rôle clé dans ces actions créatrices de valeur pour vos marques. Comment en tirer parti et garantir l'excellence de leur exécution ?

Dans ce contexte, participez à la journée de conférence FORCES DE VENTE organisée par LSA le 14 juin prochain et profitez des retours d'expérience de directeurs commerciaux et directeurs des ventes de PME et multinationales en GSA et GSS.

La rémunération est un facteur clé de la motivation de votre force de vente. Encore faut-il qu'elle soit adaptée au contexte économique et aux objectifs fixés par l'entreprise. Votre système de rémunération est-il réellement performant ? Quels sont les ajustements que vous pourriez y apporter pour mieux servir vos buts ? Participez à notre journée de formation « Construire un système de rémunération motivant en période de crise » le 15 juin pour vous aider à optimiser votre plan de rémunération.

En me réjouissant de vous accueillir les 14 et 15 juin prochains,

Clémence DOUADY
Chargée de 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
COMMUNICATIONS

FORCES DE VENTE

Quels leviers actionner pour soutenir les performances de vos commerciaux

AVEC LES INTERVENTIONS DE :

Thierry BASSI	Directeur national des ventes HEINEKEN ENTREPRISE
Loïc BEYO	Directeur commercial CAFÉS MALONGO
Omar BEKHOUCHE	Directeur national des ventes GMS SODEBO
Pascal BLANCHARD	Directeur national des ventes Schwarzkopf et Henkel HENKEL FRANCE
David BOUILLOUD	Responsable national des ventes SAINT HUBERT
Guillaume DARRASSE	Directeur général de la centrale nationale SYSTÈME U
Dominique HUTH	Directeur de l'Alliance Fromagère BONGRAIN
Philippe LAMBOLEY	Vice-président Directeur national des ventes COCA-COLA ENTREPRISE
Myriam LEBRUN	Directrice des ventes LA BROSSÉ ET DUPONT
Serge LEVY	Directeur général PUBLISOFT
Pierre MARTINET	Président-Directeur général PIERRE MARTINET
Daniel SBERNA	Adhérent Responsable Sourcing & PME INTERMARCHÉ
Guillaume VALLEE	Directeur des ventes DYSON

VOUS ÊTES CONCERNÉS :

Secteurs

• Distributeurs • Industriels, Grands groupes et PME •

Fonctions

• Directeurs généraux • Directeurs et responsables commerciaux • Directeurs des ventes • Directeurs du développement des ventes • Responsables comptes clés • Directeurs et responsables merchandising et/ou Trade marketing • Category managers • Directeurs et responsables d'enseigne • Responsables de magasin • Directeurs et responsables achats • Directeurs et responsables merchandising • Category managers • Chefs de rayon •

Journée animée par Yves Puget, Directeur de la rédaction de LSA

8h30	Accueil des participants	11h30	Resectorisation, refonte des règles et des process commerciaux : comment manager le changement • Comment et sur quels critères redéfinir les secteurs • Mener un projet participatif stimulant pour toutes les fonctions de la force de vente • Comment gérer les appréhensions de vos chefs de secteurs face à une réaffectation des zones commerciales • Qualité, fréquence et durée des visites : quels process mettre en place pour optimiser l'efficacité commerciale Pascal BLANCHARD Directeur national des ventes Schwarzkopf et Henkel HENKEL FRANCE
9h00	ALLOCUTION D'OUVERTURE - Quelles sont les attentes des distributeurs vis-à-vis des forces de vente des industriels Guillaume DARRASSE Directeur général de la centrale nationale SYSTÈME U	12h00	Élargissement du portefeuille de marques : unir vos forces de ventes pour doper votre puissance commerciale • Comment accroître l'expertise de vos chefs de secteurs sur leur catégorie et leur poids dans les négociations • Réduction des zones géographiques couvertes : augmenter la fréquence de visite des points de vente pour favoriser des relations pérennes avec les magasins • Résultats sur l'optimisation des tournées terrain en termes de coûts et de performances Dominique HUTH Directeur de l'Alliance Fromagère BONGRAIN
9h30	Sécuriser l'arrivée des nouveaux chefs de secteurs pour lutter contre le turnover • Comment impliquer le cabinet de recrutement et lui donner les clés pour recruter les meilleurs profils • Mettre en œuvre une politique de formation et d'accompagnement des nouveaux arrivants pour renforcer et suivre leur montée en compétences • Organisation, planification, rigueur... : sur quels critères juger du potentiel des vendeurs et quels outils d'évaluation mettre en place • Quel impact de ces actions sur le turnover au sein de l'équipe commerciale David BOUILLOUD Responsable national des ventes SAINT HUBERT	12h30	Déjeuner
10h00	TABLE RONDE - PME : Comment recruter, motiver et fidéliser vos commerciaux les plus efficaces dans un contexte économique difficile • Lier les objectifs individuels à ceux de la société : impliquer vos vendeurs dans la réussite collective • Quels critères prendre en compte pour établir un lien clair entre rémunération et performance • Entretiens, échanges informels... : comment accompagner vos vendeurs au jour le jour et personnaliser leur motivation Loïc BEYO Directeur commercial CAFÉS MALONGO Myriam LEBRUN Directrice des ventes LA BROSSÉ ET DUPONT Pierre MARTINET Président-Directeur général PIERRE MARTINET	14h15	Approche commerciale en GSA et GSS, en réseaux intégrés ou indépendants : manager une force de vente multi-circuits • Comment animer le réseau et conserver le rôle des commerciaux dans les enseignes centralisées • Quelle répartition adopter pour votre force de vente et quelles actions spécifiques mener selon les différents circuits de distribution • Réorienter les priorités commerciales de vos équipes en fonction des résultats par type de magasin Guillaume VALLEE Directeur des ventes DYSON
11h00	Pause		

14h45

<

Retrouvez le programme détaillé de cet événement sur : <http://evenements.infopro.fr/lsa/>

Vendredi 15 juin 2012

FORCES DE VENTE

Construire un système de rémunération motivant en période de crise

Objectifs de la formation :

- ✓ Faire le point sur les grands principes à respecter pour votre politique de rémunération
- ✓ Savoir concilier objectifs commerciaux, budget et contexte économique pour mettre en œuvre un système de rémunération efficace
- ✓ Connaître les leviers d'ajustement pour adapter en période de crise le variable de vos équipes commerciales et préparer l'après-crise

Formation animée par :



CHRYSTELLE THIRION
Responsable secteur
Grande Consommation
France
HAY GROUP



BERNARD MARTY
Expert consultant
en systèmes de
rémunération
HAY GROUP

- **Tendances observées en matière de rémunération : équilibre fixe/variable, primes sur objectifs, commissions...**
- **Rappel des grands principes liés à la politique de rémunération**
Variable vs fixe, rémunération individuelle vs collective : identifier les éléments de la rémunération
Définir la période de référence des objectifs et les échéances de versement des primes
Cerner les rôles du salaire de base et du variable et leurs impacts sur la motivation et la fidélisation des équipes
- **Calculer le variable en fonction de vos objectifs commerciaux, de votre budget et du contexte économique**
Savoir définir les critères d'évaluation : marge, CA, nouveaux clients...
Comment fixer le taux de gain
Benchmark international sur les systèmes de variable
- **Forces et faiblesses des différents systèmes de rémunération et leurs conditions de mise en œuvre**
Systèmes additif, multiplicatif et par enveloppe globale
Cas pratique issu de la distribution spécialisée
- **Période de crise : quels leviers actionner pour ajuster les systèmes de rémunération des commerciaux**
Maintenir l'engagement des commerciaux et préserver les équilibres financiers : ajustement du salaire de base et des indicateurs du variable individuel, mise en place d'un variable collectif...
Adopter le bon système de rémunération pour préparer l'après-crise
- **Business case : ajustement du système de variable pour les commerciaux**
Présentation du cas : contexte, secteur d'activité, objectifs de la Direction Commerciale et de la DRH, présentation du système actuel
Travail en sous-groupes : diagnostic, processus à mettre en place pour faire évoluer le système de bonus, recommandations

Horaires :

8h30 : accueil des participants / 9h00 : début de la journée
12h30 : déjeuner avec l'ensemble des participants
17h00 : fin de la journée

LES RENCONTRES

LSA



Nos prochaines conférences

<http://evenements.infopro.fr/lisa/conferences/>

SNACKING en circuits GMS et RHD : Surfez sur le dynamisme du « prêt-à-consommer »

24 mai 2012, Paris

SUPPLY CHAIN : Insufflez de la valeur à votre chaîne logistique

6 juin 2012, Paris

NUTRITION SANTÉ : Quels leviers d'action pour tirer parti d'un marché en plein essor

28 juin 2012 Paris



Nos prochaines formations

<http://evenements.infopro.fr/lisa/formations/>

TOURS DES TENDANCES SNACKING

23 mai 2012, Paris et 25 mai 2012, Londres

NÉGOCIATIONS COMMERCIALES : Réussissez toutes vos négociations commerciales

5 et 6 juin 2012, Paris

CATEGORY MANAGEMENT : Mettre en œuvre une stratégie centrée sur le shopper

7 et 8 juin 2012, Paris

Nous contacter

Vous avez une question relative à l'un de nos événements ? Notre service clients vous apportera une réponse dans les plus brefs délais concernant le programme, le suivi de votre inscription et les modalités.

Lamia ALILAT
lalilat@infopro.fr

Tel. : (+ 33) 1 77 92 99 06



Publisoft est spécialisée depuis 20 ans dans des solutions de CRM dédiées à la gestion des forces de vente nomades.

Éditeur et intégrateur de Proscom, Publisoft propose un progiciel dédié métier et des services d'accompagnement pendant toute la durée de vie de votre solution.

www.publisoft.fr

■ ■ ■ Conférence

Jeudi 14 juin 2012

PRÉ CATELAN

Bois de Boulogne

Route de Suresnes

75016 Paris

Tél. : 01 44 14 41 00

<http://www.precatelanparis.com>

Métro : Porte Maillot (Ligne n°1)

Navettes :

Le matin de 8h15 à 9h15, des navettes seront prévues au départ de Porte Maillot : prendre la sortie bus 244, les navettes se situeront dans le parking à côté de l'arrêt de bus.

Le soir, des navettes partiront du Pré Catelan à destination de Porte Maillot de 16h45 à 17h45.

Parking gratuit

■ ■ ■ Formation

Vendredi 15 juin 2012

La formation se tiendra 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.fr/lisa/conference-forces-de-vente-2012-95,tarifs>

Onglet informations et tarifs

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 : 19,6 %. Les informations à caractère personnel recueillies ci-dessus par la société Groupe Industrie Service 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

Retrouvez l'intégralité des modalités d'inscription et conditions générales de vente sur <http://evenements.infopro.fr/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 ☐ Mlle ☐ 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 2012

☐ La formation « Forces de Vente » du 15 juin 2012

Tarif Normal	
☐ 1 Jour 995 € HT / 1190,02 € TTC	☐ 2 Jours 1690 € HT / 2021,24 € TTC
Tarif PME (Moins de 250 salariés)	
☐ 1 Jour 750 € HT / 897 € TTC	☐ 2 Jours 1390 € HT / 1662,44 € TTC

Inscrivez-vous à plusieurs et bénéficiez de nos tarifs dégressifs :
<http://evenements.infopro.fr/lisa/>

☐ Je joins un chèque de.....€ TTC
à l'ordre du Groupe Industrie Services Info

☐ 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.fr/lisa/cgv> et les accepte sans réserve.

Fait à :

Le. :

Signature

Cachet de l'entreprise