

# FORCES DE VENTE

Créez une nouvelle dynamique  
au sein de vos équipes commerciales

- État des lieux des ventes de PGC en 2014 : quelles perspectives et quels défis pour vos forces de vente
- Développement d'un parcours qualifiant, formation au Catman de terrain : comment accompagner la montée en compétence de vos équipes commerciales
- Drive, mutualisation, rachats : quels leviers pour mobiliser vos commerciaux autour des nouveaux challenges de votre société

■■■ AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE ■■■



**Dominique DUPRAT**  
Directeur général adjoint  
DELPEYRAT



**Franck PONCET**  
Directeur réseaux monop',  
monop'daily, monop'beauty,  
monop'station  
MONOPRIX



**Éric RENARD**  
Fondateur  
LE PETIT OLIVIER



**Jean-Christophe RIPOLL**  
Responsable du développement  
commercial GMS  
PERNOD

■■■ ET NOTAMMENT LES INTERVENTIONS DE ■■■

- ADIDAS • BRITVIC FRANCE • COLGATE-PALMOLIVE • ECKES GRANINI FRANCE • IMPP
- KLEE COMMERCE • LAURENCE DUMONT • NESTLÉ WATERS • NIELSEN FRANCE • UP SELL • YOPLAIT

En partenariat avec



Avec le soutien de



Formations complémentaires

12 juin 2014

**CATEGORY MANAGEMENT DE TERRAIN**

Décupler l'efficacité de votre force de vente avec le Catman de terrain

3 juillet 2014

**LOI HAMON**

Quels impacts sur le marché et sur vos métiers

Décentralisation croissante des enseignes, stratégie d'expansion dans les zones de flux : l'évolution de l'organisation des enseignes apporte de véritables opportunités commerciales pour les marques de la GMS.

Côté fournisseurs, les initiatives se multiplient pour créer une nouvelle dynamique au sein des équipes commerciales et répondre ainsi aux mutations du marché. En effet, **l'augmentation de l'intensité concurrentielle, la montée en puissance du drive,...** sont autant de nouveaux défis qui imposent de trouver de nouvelles sources de développement et d'adapter son activité à un marché en constante évolution. Par ailleurs, afin de consolider leur rôle et assurer leur pérennité, les PME doivent « **professionnaliser, faire évoluer et mutualiser\*** » leurs équipes commerciales.

Le mercredi 11 juin 2014, LSA vous propose de participer à sa conférence annuelle dédiée aux Forces de vente pour échanger autour de ces problématiques et des retours d'expériences des intervenants :

- **État des lieux des ventes** de PGC en 2014 : quelles perspectives et quels défis pour vos forces de vente
- Développement d'un **parcours qualifiant**, formation au **Catman de terrain** : quelles solutions pour accompagner la montée en compétence de vos équipes commerciales
- **Drive, mutualisation, rachats** : quels leviers pour mobiliser vos commerciaux autour des nouveaux challenges de votre société

En complément, une journée de formation animée par l'IMPP vous apportera les leviers pour développer le Category Management de Terrain et ainsi décupler l'efficacité de votre force de vente en magasin.

Dans l'attente de vous accueillir les 11 et 12 juin prochains,

**Clémence SIMMELIDE**  
Chargée de conférences LSA

\* Source : interview FEEF, LSA.fr, 6 février 2014



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

## Créez une nouvelle dynamique au sein de vos équipes commerciales

### AVEC LES INTERVENTIONS DE :

<b>Bernard BOURDON</b>	Associé <b>IMPP</b>
<b>Pierre DANIEL-PERRAYON</b>	Directeur national des ventes GMS France <b>YOPLAIT</b>
<b>Dominique DUPRAT</b>	Directeur général adjoint <b>DELPEYRAT</b>
<b>Daniel DUCROCQ</b>	Directeur géo-marketing services et di@logue <b>NIELSEN FRANCE</b>
<b>Éric GRASLAND</b>	Président <b>UP SELL</b>
<b>David GUERIN</b>	Directeur national des ventes <b>BRITVIC FRANCE (Teisseire)</b>
<b>Guillaume HARDY</b>	Directeur national des ventes <b>COLGATE-PALMOLIVE</b>
<b>Anne HAINE</b>	Directrice commerciale <b>NIELSEN FRANCE</b>
<b>Régis LELONG</b>	Président-Directeur général <b>LAURENCE DUMONT</b>
<b>Jérôme LEVEQUE</b>	Directeur commercial <b>ADIDAS</b>
<b>Michèle NEYRET</b>	Directrice commerciale <b>KLEE COMMERCE</b>
<b>Franck PONCET</b>	Directeur réseaux monop', monop'daily, monop'beauty, monop'station <b>MONOPRIX</b>
<b>Guillaume QUILLIOT</b>	Directeur commercial GMS <b>ECKES GRANINI FRANCE</b>
<b>Éric RENARD</b>	Fondateur <b>LE PETIT OLIVIER</b>
<b>Jean-Christophe RIPOLL</b>	Responsable du développement commercial GMS <b>PERNOD</b>
<b>Virginie TIXIER</b>	Directrice nationale des ventes GMS <b>NESTLÉ WATERS</b>

### VOUS ÊTES CONCERNÉS :

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

- 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 •

#### • Distributeurs •

- 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

#### 9h00 **ALLOCUTION D'OUVERTURE - Quelles perspectives de croissance de l'enseigne et nouveaux enjeux pour les fournisseurs**

Franck PONCET | Directeur réseaux monop', monop'daily, monop'beauty, monop'station | **MONOPRIX**

#### 9h30 **État des lieux des ventes de PGC en 2014 : quelles perspectives et quels défis pour vos forces de vente**

- Tendances de la consommation en GMS et perspectives de croissance par catégories de produits
- Performances des marques et chiffres clés des enseignes

Daniel DUCROCQ | Directeur géo-marketing services et di@logue | **NIELSEN FRANCE**

Anne HAINE | Directrice commerciale | **NIELSEN FRANCE**

#### 9h50 **Comment accompagner la montée en compétence de votre équipe de ventes : témoignage sur la mise en place d'un parcours qualifiant**

- Techniques de vente, négociation, management... : renforcer l'efficacité de vos commerciaux avec des formations adaptées
- Comment suivre le commercial à chaque étape pour lui permettre de gravir les échelons de la fonction commerciale
- Quels résultats sur la performance et impact positif de cette politique sur la motivation de vos équipes

Guillaume QUILLIOT | Directeur commercial GMS | **ECKES GRANINI FRANCE**

10h20 Pause

#### 10h50 **Créer votre école de vente pour former et fidéliser vos commerciaux**

Retour d'expérience exclusif d'ADIDAS

Jérôme LEVEQUE | Directeur commercial | **ADIDAS**

#### 11h20 **Les clés pour mettre en place le Category Management de terrain et doper l'efficacité de votre force de vente**

- Quels sont les bénéfices de l'introduction du Catman de terrain pour les performances de vos commerciaux et le développement de votre chiffre d'affaires
- Comment introduire la vision shopper et l'approche catégorielle auprès de vos forces de vente

Bernard BOURDON | Associé | **IMPP**

#### 11h50 **Applications sur smartphone et tablette, balises de géolocalisation, intranet... : mettre en place des outils innovants pour un management pragmatique des forces de vente**

- Comment mesurer l'investissement de chaque collaborateur terrain et les comparer avec les résultats individuels prouvés
- Comment enrichir l'analyse des informations collectées et automatiser le reporting en ligne en temps réel pour faciliter la prise de décisions
- Quels leviers pour favoriser les échanges au sein de chaque équipe autour des objectifs, réalisations, actualités des marques et enseignes, formation continue, challenge, ...

Éric GRASLAND | Président | **UP SELL**

Avec l'intervention d'un industriel de la grande consommation

12h35 Déjeuner

#### 14h20 **Créer des binômes Chefs de secteurs-Promoteurs des ventes performants pour optimiser votre présence en magasin**

- Référencements, implantations, théâtralisations, remontées d'informations... : quelles missions pour les promoteurs des ventes
- Tirer parti de cette organisation en duo pour recentrer la fonction du chef de secteur sur la vente et le conseil
- Résultats obtenus en termes de croissance de votre chiffre d'affaires et de votre part de marché

Pierre DANIEL-PERRAYON | Directeur national des ventes GMS France | **YOPLAIT**

#### 14h50 **Pourquoi mutualiser vos forces de vente et quelles sont les clés du succès : retour sur la mutualisation de 2 forces de vente dans le secteur de la beauté**

- Allier deux marques complémentaires, déterminer les éléments qui seront mis en commun : faire les bons choix pour réussir votre mutualisation
- Comment créer une cohésion et faire adhérer vos équipes de vente à ce projet
- Temps passé en magasin, poids dans la négociation... : quels apports de l'opération pour les deux PME

Régis LELONG | Président-Directeur général | **LAURENCE DUMONT**

Éric RENARD | Fondateur | **LE PETIT OLIVIER**

#### 15h20 **Quelle valeur ajoutée de l'usage des tablettes sur l'efficacité de vos équipes terrain**

- Optimiser le pilotage commercial, améliorer la performance des équipes, ... : quelles sont les attentes des managers commerciaux
- Que choisir entre un iPad, une tablette ou un PC portable hybride en fonction de vos enjeux spécifiques
- Comment ces nouveaux outils informatiques améliorent le dialogue avec vos interlocuteurs

Michèle NEYRET | Directrice commerciale | **KLEE COMMERCE**

#### 15h50 **Développement de l'entreprise sur de nouveaux segments de produits : quel impact sur votre puissance commerciale**

- Intégrer les nouvelles équipes de vente suite aux rachats et créer une véritable dynamique de groupe
- Élargissement du portefeuille produits vers une activité moins saisonnière : quelle nouvelle répartition des missions des commerciaux et quels résultats sur les ventes

Dominique DUPRAT | Directeur général adjoint | **DELPEYRAT**

#### 16h20 **TABLE RONDE DRIVE - Comment travailler le drive et rentabiliser les visites sur ce circuit**

- Approche catégorielle, référencement des produits : quelles sont les missions des commerciaux pour développer la DN produits sur le drive
- Comment intégrer le drive dans l'activité commerciale : qui le visite et à quelle fréquence
- Quel retour sur investissement attendre de la visite des drives

David GUERIN | Directeur national des ventes | **BRITVIC FRANCE (Teisseire)**

Guillaume HARDY | Directeur national des ventes | **COLGATE-PALMOLIVE**

Jean-Christophe RIPOLL | Responsable du développement commercial GMS | **PERNOD**

Virginie TIXIER | Directrice nationale des ventes GMS | **NESTLÉ WATERS**

17h00 Fin de la manifestation

Jeudi 12 juin 2014

## CATEGORY MANAGEMENT DE TERRAIN

### Décupler l'efficacité de votre force de vente avec le Catman de terrain

#### Objectifs de la formation :

- ✓ Définir les apports du Catman de terrain et les différentes étapes de sa mise en œuvre
- ✓ Évaluer la capacité de votre organisation à intégrer 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  
Associé  
IMPP

- **Maîtriser les fondamentaux du Category Management et identifier le rôle de la Force de vente dans cette démarche**  
Cerner les objectifs et les bénéfices du Category Management pour l'industriel et pour le distributeur et appréhender les différentes étapes de la construction de la stratégie catégorielle, des besoins de consommation jusqu'aux solutions d'activation du shopper  
Faire le lien entre les stratégies catégorielles, les plans d'action enseignes et l'action de la force de vente : quel impact sur les actions commerciales  
Identifier le mécanisme de construction du chiffre d'affaires du magasin et découvrir « l'équation magique du Category Management » : pénétration, fréquence, panier  
> **Benchmark** : exemples d'approches catégorielles
- **Faire du Category Management un levier incontournable de réussite des objectifs commerciaux**  
Identifier les potentiels de développement pour la catégorie et évaluer les enjeux pour votre marque afin de faire un ranking des magasins prioritaires  
Apprendre à réaliser le diagnostic de la catégorie en magasin : assortiment, promotion, merchandising, ruptures...  
Dimensionner vos actions dans le but de maximiser votre ROI et déterminer le « geste juste » : savoir évaluer les enjeux de votre catégorie et de votre marque  
Construire le plan d'affaires du client, obtenir un rendez-vous assis et l'engager durablement en adoptant une posture de « Business developer » pour la catégorie  
Décryptage du Perfect Store : les clés de l'excellence opérationnelle dans la définition, l'exécution et la mesure des actions  
> **Cas pratique** : étude de cas concrets de modèles et d'apports du Category Management de terrain dans le secteur de la GSA
- **Mettre en œuvre une démarche de Category Management de terrain efficace pour doper les performances de votre équipe commerciale**  
Disposer d'une stratégie catégorielle et d'un plan d'activation pour chaque enseigne  
Impliquer le management intermédiaire et en faire une priorité  
Définir la méthode et la boîte à outils adaptées à votre structure pour former et entraîner la force de vente au Category Management de terrain  
Évaluer les résultats des actions : DN-MEA-ruptures-merchandising...  
> **Exercice** : évaluation de votre niveau de pratique du Category Management de terrain et définition des orientations les plus pertinentes à prendre pour votre démarche Catman de terrain

#### Horaires :

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

Mercredi 3 juillet 2014

## LOI HAMON

### Quels impacts sur le marché et sur vos métiers

#### Objectifs de la formation :

- ✓ Maîtriser le cadre juridique de la loi HAMON
- ✓ Comprendre les enjeux économiques et organisationnels que cette loi implique
- ✓ Mesurer les impacts sur vos métiers

#### Formation animée par :



Katia MERTEN-LENTZ  
Partner  
FIELD FISHER WATERHOUSE LLP

- **Contexte et enjeux de la loi HAMON**  
LME, Loi Châtel, Règlement « INCO » : une loi dans la continuité législative  
Fraudes et abus : des scandales récents dans le secteur de la distribution  
Faible pouvoir d'achat des consommateurs  
De nouveaux modes de consommation
- **Zoom sur les mesures de la loi HAMON**  
Comment rééquilibrer les pouvoirs entre consommateurs et professionnels  
Garantir l'équilibre des relations commerciales interentreprises  
Sécuriser les nouveaux modes de consommation  
Moderniser les moyens d'action de la DGCCRF  
Renforcer les sanctions pour fraude économique : quels impacts  
Favoriser la durabilité des produits et la consommation responsable : quel rôle pour les industriels  
Par quels moyens améliorer l'information sur les garanties applicables  
Protéger les consommateurs vulnérables  
Étendre les indications géographiques aux produits manufacturés
- **Quelles conséquences sur le marché et pour vos métiers**  
Impacts sur le marché de la distribution  
- Une répercussion sur les prix du marché  
- Un environnement plus contrôlé  
Impacts sur vos métiers  
- Appréhender les effets de l'action de groupe sur votre organisation  
- Revoir les contrats fournisseurs :  
- Restructurer l'organisation de votre chaîne logistique  
- Réorganiser votre système de facturation  
- Accentuer votre communication clients  
- Anticiper les actions de la DGCCRF  
Vous préparer à la visite de « clients mystères »...  
Adapter vos pratiques web
- **Réponses aux questions des participants**

#### Horaires :

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

## ■ Conférence

**Mercredi 11 juin 2014**

LE CHALET DE LA PORTE JAUNE

Avenue de Nogent - Bois de Vincennes

75012 Paris

Tél. : +33 (0)1 43 28 80 11

<http://www.chaletportejaune.com>

[contact.portejaune@ssp.fr](mailto:contact.portejaune@ssp.fr)

Parking public gratuit

RER A : Fontenay-sous-Bois

Métro : Château de Vincennes (ligne n°1)

## ■ Formations

**Jeudi 12 juin 2014**

**Mercredi 3 juillet 2014**

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-2014-472,tarifs>**

Onget informations et tarifs

## En partenariat avec



Klee Commerce : solution d'optimisation de la performance commerciale pour les forces de vente mobiles et sédentaires

Klee Group, à travers Klee Commerce, développe et édite des solutions logicielles SFA/CRM, Merchandising et BI pour l'industrie et la distribution des biens de consommation (CPG). Klee Commerce répond aux besoins métiers de dynamisation des ventes des industriels et d'optimisation de la surface de vente chez les distributeurs. Implantée dans plus de 30 pays, Klee Commerce adresse des secteurs aussi divers que l'alimentaire, la distribution/retail, la pharmacie, la parapharmacie, la cosmétique, la parfumerie, le textile, la maison ou les loisirs...

[www.kleecommerce.com](http://www.kleecommerce.com)



UP SELL, expert en force de vente supplétive, accompagne ses clients pour leur développement commercial : recrutement et déploiement d'outils de management et de suivi innovants.

Cette combinaison de savoir-faire, un recrutement méticuleux et des outils de management experts et pertinents, pensés et créés par UP SELL, distingue cet expert !

Pour un même coût, UP SELL obtient des résultats de 30 % supérieurs à ceux constatés et garantit à ses clients un résultat mesurable et une transparence absolue sur le travail effectué.

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

## Avec le soutien de



## 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 11 juin 2014
- La formation CATEGORY MANAGEMENT DE TERRAIN du 12 juin 2014
- La formation LOI HAMON du 3 juillet 2014



### Tarif général

<input type="checkbox"/> <b>1 Jour</b> 995 € HT / 1194 € TTC	<input type="checkbox"/> <b>2 Jours</b> 1 690 € HT / 2 028 € TTC	<input type="checkbox"/> <b>3 Jours</b> 2 195 € HT / 2 634 € TTC
---	---	---

### Tarif PME (Moins de 250 salariés)

<input type="checkbox"/> <b>1 Jour</b> 790 € HT / 948 € TTC	<input type="checkbox"/> <b>2 Jours</b> 1 390 € HT / 1 668 € TTC	<input type="checkbox"/> <b>3 Jours</b> 2 095 € HT / 2 514 € TTC
--	---	---

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

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

- Je joins un chèque de ..... € TTC à l'ordre du 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/lsa/cgv> et les accepte sans réserve

Fait à : .....

Le. : .....

Signature

Cachet de l'entreprise