

## FORCES DE VENTE

Quels leviers actionner pour soutenir les performances de vos commerciaux

14/06/2012 - PARIS

### Pourquoi participer à cet événement

- Avec la participation du DG de la centrale nationale de SYSTEME U
- Les retours d'expériences d'acteurs clés en GMS et en GSS
- Des intervenants issus de multinationales et de PME

### Avec la présence exceptionnelle de

- **BASSI Thierry**  
Directeur national des ventes  
**HEINEKEN ENTREPRISE**
- **BLANCHARD Pascal**  
Directeur national des ventes Schwarzkopf et Henkel  
**HENKEL FRANCE**
- **DARRASSE Guillaume**  
Directeur général de la centrale nationale  
**SYSTÈME U**
- **HUTH Dominique**  
Directeur de l'Alliance Fromagère  
**BONGRAIN**
- **SBERNA Daniel**  
Adhérent, Direction Sourcing et PME  
**INTERMARCHÉ**
- **VALLEE Guillaume**  
Directeur des ventes  
**DYSON**

### Accueil des participants

#### ALLOCUTION D'OUVERTURE

### Quelles sont les attentes des distributeurs vis-à-vis des forces de vente des industriels

### 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

## Qui participe à cet événement

- 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

## TABLE RONDE **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

## Pause

## 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 resectorisation
- Qualité, fréquence et durée des visites : quels process mettre en place pour optimiser l'efficacité commerciale

## Elargissement 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 négos
- Réduction des zones géographiques couvertes :

augmenter la fréquence de visites des points de vente pour favoriser des relations pérennes avec les magasins

- Résultats sur l'optimisation des tournées terrain en termes de coûts

## Déjeuner

---

### **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

---

### **Booster les performances de votre force de vente terrain grâce à un CRM spécialisé GMS**

- Tirer parti du CRM pour recentrer les missions de vos commerciaux sur l'activité terrain
  - Piloter le chiffre d'affaires, suivre les opérations promotionnelles... : les clés pour aider vos chefs de secteur à négocier efficacement les plans d'affaires en direct avec le chef de rayon
  - Faciliter les échanges collaboratifs de l'équipe commerciale entre le terrain et le siège
-

## Accroître efficacement votre visibilité en magasin et accélérer la croissance de vos marques

- Plans merchandising, opérations de trade marketing et animations en magasin : comment accompagner le lancement de vos innovations
- Force de vente supplétive : comment organiser les compétences commerciales pour renforcer sa présence en magasin lors des pics saisonniers

---

## Impliquer vos commerciaux dans la lutte contre les ruptures en linéaire

- Comment favoriser les échanges d'informations et la collaboration entre vendeur et chef de rayon
- Former vos forces de vente à l'identification et à la résolution des ruptures en magasin
- Quels outils leur proposer pour être plus performants dans cette démarche
- Résultats de la mise en œuvre de ces bonnes pratiques sur les ruptures en linéaire

---

### ALLOCUTION DE CLÔTURE

## Comment mettre en place une collaboration durable entre votre force de vente et le distributeur

## Fin de journée

---

## Trophées LSA des Forces de Vente - Dîner de Gala

