

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
<p>Communication/négociation</p> <ul style="list-style-type: none"> • Communication interpersonnelle • Situations de communication <p>Management</p> <ul style="list-style-type: none"> • Management du réseau de vente (animation, communication) • Management opérationnel (objectifs, animation, évaluation des équipes) • Pilotage de l'activité commerciale • Communication managériale • Gestion de conflits <p>Savoirs technologiques/web</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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.) <p>Savoirs rédactionnels</p> <ul style="list-style-type: none"> • Règles générales de communication écrite <p>Statistiques/représentations graphiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Outils statistiques et graphiques de suivi des ventes et d'évaluation des équipes commerciales

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

ASTHÉYA
Voyage autour du thé

IDENTITÉ

Siège social : 6 Route du gros chêne, 44500 SAINT-AIGNAN-GRANDLIEU

Forme juridique : Société par actions simplifiée (S.A.S)

Mandataire social : Monique Duchêne - Présidente

Activité : Vente à domicile (4799A)

N° SIRET : 800 451 973 000 13

Capital social : 125 000 €

HISTORIQUE

Créée en 2014, l'entreprise est née de la rencontre de 4 amis qui partagent des valeurs communes.

Aujourd'hui, Asthéya compte plus de 200 conseillers en France dans plus de 37 départements.

PHILOSOPHIE ET VALEURS

MISSION
Offrir à nos clients une expérience unique autour du thé, en leur permettant de découvrir les saveurs du monde et de partager ces moments privilégiés.

VISION
Devenir la référence française pour tout ce qui concerne le thé, de la découverte à l'expertise.

RENTREZ L'ENTREPRISE AU SERVICE DES HOMMES

UNE ENTITE RICHE DE SENS

Le mot sensuel n'est pas anodin. Il évoque la douceur, la chaleur, la bien-être. C'est ce que nous voulons offrir à nos clients, à travers notre thé, notre service, notre accueil.

LE CONCEPT D'ESCALE

Le thé réunit les hommes depuis toujours. Quel de plus naturel que de le découvrir chez soi, entre amis.

Nos conseillers globe-trotteurs font escale à domicile autour de quelques amis amateurs de moments conviviaux, curieux de découvrir nos thés et les belles histoires qui s'y rattachent.

Curieux d'expérimenter des recettes simples aux saveurs d'ailleurs, ou juste de se détendre et se laisser porter.

LE CONCEPT D'ESCALE

Conseiller Globe-Trotter chez Asthéya, c'est le bien-être au cœur de l'activité !

Un concept innovant d'escale bien-être autour du thé : être conseiller globe-trotter, c'est organiser une escale à domicile pour partager un moment convivial en faisant découvrir les bienfaits et les saveurs des thés du monde ! Vous accompagnez les voyageurs sur la route du thé en suivant les circuits proposés par nos experts, agrémentés de dégustations, recettes ciblées à base de thé, astuces beauté, le thé n'a pas fini de surprendre !

THÉ RIME AVEC HOSPITALITÉ

- Déguster quelques thés.
- Découvrir les histoires et traditions qui s'y rattachent.
- Créer une recette de cuisine.
- Découvrir nos brumes parfumées.
- Connaitre les secrets des douces des thés...

NOS PRODUITS

LES THÉS DU MONDE

Nos thés et infusions viennent du monde entier : Inde, Japon, Chine, Taiwan, Sri Lanka... Nous avons sélectionné une gamme courte de thés blancs, verts, oolong et noirs, parfumés. Nos infusions sont élégantes, saines et savoureuses. Tous nos produits respectent une politique de développement durable.

BEAUTÉ

Le thé est reconnu pour ses vertus.

- Le secret des 3 thés : un coin bien-être, un plaisir des sens.
- Source de thé blanc, un coin douceur pour le corps.

AROMANCE

- Brumes parfumées
- Brumes des sens
- Douces

COMMUNICATION

<http://www.asthey.fr/>

SOCIAL MEDIA

f i

- 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.

3. 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).

Commissions			TVA moyenne
Débutant	Expert	Animateur	7%
22%	24%	27%	
Statistiques moyennes par escale			
nombre clients	CA moyen TTC	Panier moyen	
7,5	352,5	47	
commissions moyennes d'un conseiller			
Nombre escales mois	CA moyen TTC	CA moyen HT	Commission brute
2	705 €	659 €	145 €
4	1 410 €	1 318 €	290 €
6	2 115 €	1 977 €	435 €
8	2 820 €	2 636 €	580 €

objectif de Nadhya	500 €
soit un CA HT =	2 273 €
CA TTC =	2 432 €
nombre escales	7

$500 = y * 22\%$
 $y = 500 / 22\%$
 $CA\ TTC = CA\ HT * (1 + \text{taux})$
 $Nombre\ escales = CA\ TTC / CA\ moyen\ TTC$

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
--------------	----	--------

4. 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 1 ^{ère} 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
1 ^{er} rappel chef d'escale	07/03/2018	Suivi de l'hôte	X
Rdv de préparation avec l'hôte 2 ^{ème} escale	08/03/2018	Invitation et organisation de l'escale	X
Débriefing	08/03/2018	Débriefing parrain	
2 ^{ème} rappel	10/03/2018	Suivi de l'hôte	X
Escalade de lancement	11/03/2018	Réalisation de l'escalade de lancement	X
Programmation du suivi de l'escale	12/03/2018	Débriefing parrain Commandes et suivi clients et contacts	X
1 ^{er} rappel chef d'escale 2	14/03/2018	Suivi de l'hôte	X
2 ^{ème} rappel escale 2	17/03/2018	Suivi de l'hôte	X
2 ^{ème} escale	18/03/2018	Réaliser l'escalade en autonomie	X
Programmation du suivi de l'escale	19/03/2018	Débriefing parrain Commandes et suivi clients et contacts	X

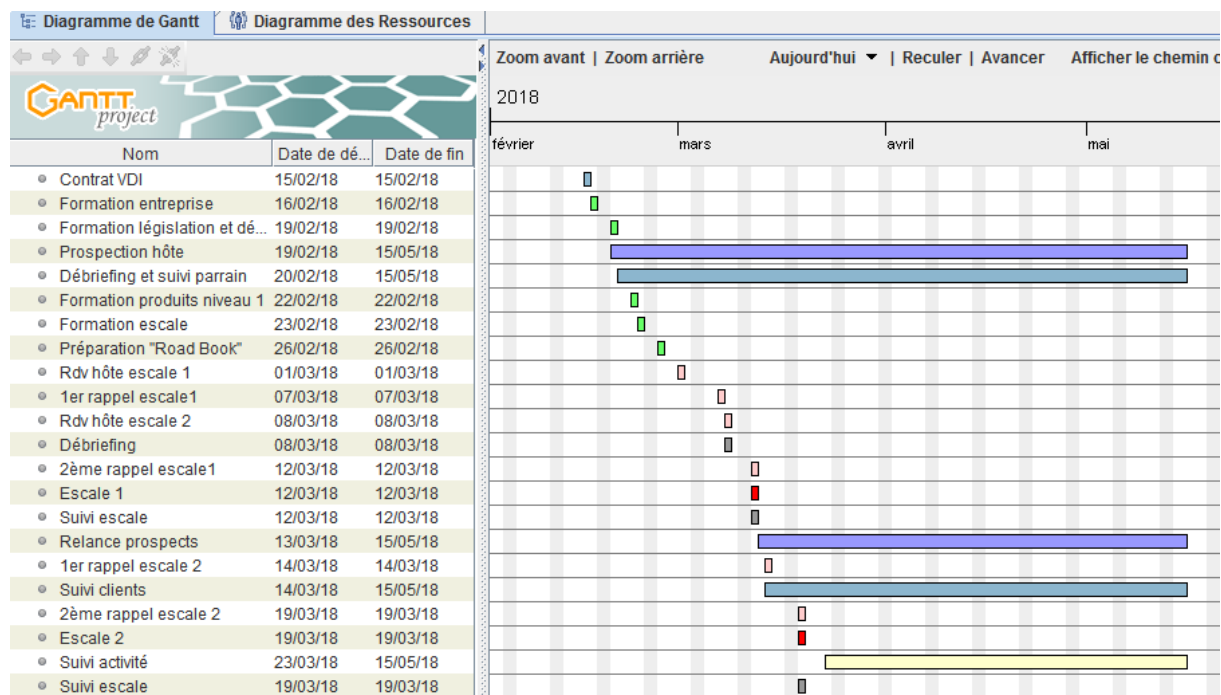
Développer l'activité des trois premiers mois

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	1h	Tous les vendredis après-midi	Solutions digitales fournies

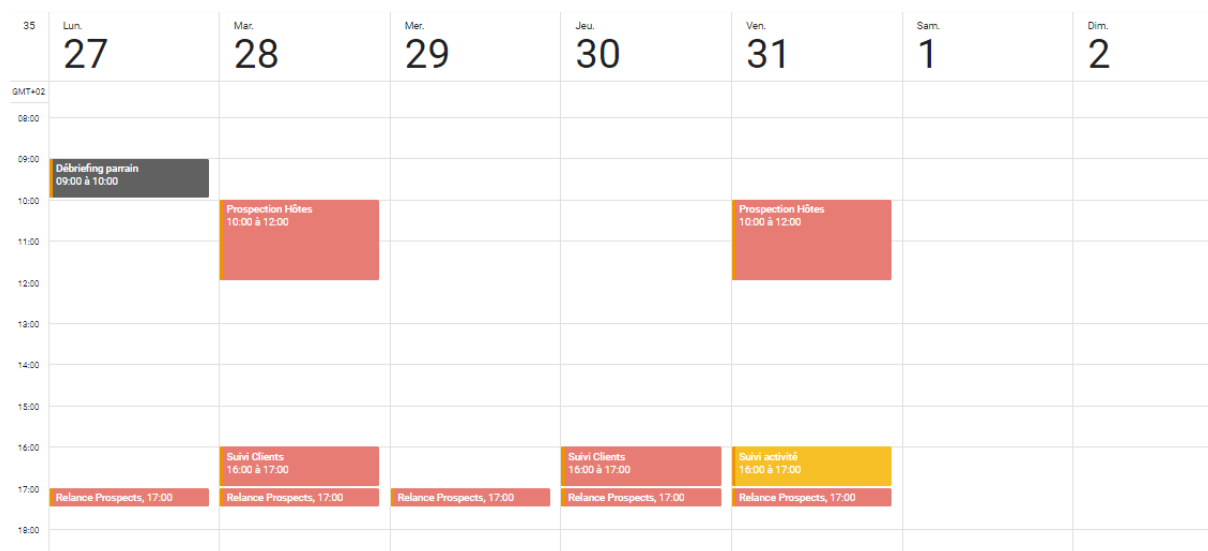
de la base de données				
Débriefing	Suivi par le parrain	1h	Lundi 9h-10h	Téléphone, Skype

5. 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)

6. 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 1^{er} 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 €

7. 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 : $52 \text{ €} \times 7,5 = 390$; $3891/390 = 10$

Nombre de clients : $3891 \text{ €} / 52 \text{ €} = 74,83$ 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).

8. 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.

9. 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'escalas 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'escalas 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 consacrerons 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

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

STATISTIQUES DES CONSEILLÈRES DU MOIS														
	Objectif	CAHT	CATTC	Réalisé	Écart	Nombre escalas	Réalisé	Écart	Nombre clients	Réalisé	Écart	Panier moyen	Réalisé	Écart
Nadhya Sellami	500 €	2 273 €	2 432 €	210 €	-2 222 €	7	1	-6	7,5	6	-1,5	47 €	35 €	-12 €
Françoise Tardier	800 €	3 636 €	3 891 €	1 456 €	-2 435 €	11	7	-4	7,5	4	-3,5	47 €	52 €	5 €
Lisa Jouvellé	300 €	1 364 €	1 459 €	1 170 €	-289 €	4	5	1	7,5	6	-1,5	47 €	39 €	-8 €
Solène Festres	400 €	1 818 €	1 945 €	2 160 €	215 €	6	6	0	7,5	6	-1,5	47 €	60 €	13 €
Valérie Sastre	700 €	3 182 €	3 405 €	4 104 €	699 €	10	12	2	7,5	9	1,5	47 €	38 €	-9 €
Myriam Ziani	400 €	1 818 €	1 945 €	525 €	-1 420 €	6	3	-3	7,5	5	-2,5	47 €	35 €	-12 €
Léane Berthet	600 €	2 500 €	2 675 €	2 870 €	195 €	8	10	2	7,5	7	-0,5	47 €	41 €	-6 €
Estelle Gastier	500 €	2 083 €	2 229 €	1 000 €	-1 229 €	6	5	-1	7,5	8	0,5	47 €	25 €	-22 €
Adilah Samba	1 200 €	5 000 €	5 350 €	6 912 €	1 562 €	15	16	1	7,5	9	1,5	47 €	48 €	1 €
Delphine Marin	1 300 €	5 417 €	5 796 €	5 166 €	-630 €	16	9	-7	7,5	9	1,5	47 €	64 €	17 €

11. Identifiez les axes d'amélioration pour chaque conseillère.

Conseillère	Disponibilité	Escal s	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'escalas (formation et organisation prospection).

Conseillère	Disponibilité	Escal s	Participants	CA	Panier	Axes d'amélioration
Lisa Jouvella	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).

12. Préparez l'animation de votre prochaine réunion.

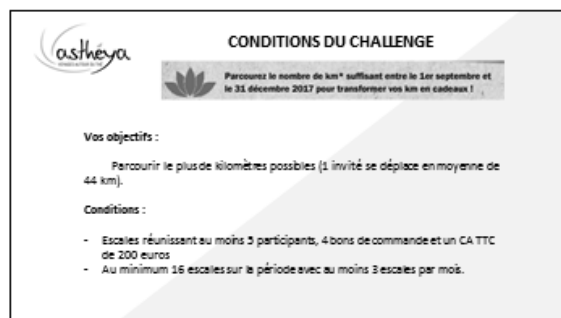
RÉUNION D'ÉQUIPE MENSUELLE MOIS DE

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 1 ^{er} 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'escalas, 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

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



14. 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'escalades 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).

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

Nom	09/201N			10/201N			11/201N			12/201N			Total escalades	CA TTC réalisé	CA TTC moyen
	nombre	présence	participants moyen	nombre	présence	participants moyen	nombre	présence	participants moyen	nombre	présence	participants moyen			
		10	5	3	17	6		14	7		11	6		1 820	202
Lisa Jouvellé	9	54	6	10	58	6	12	62	5	11	59	5	42	12 116	288
	5	35	7	4	26	7	3	22	7	3	21	7		4 992	333
Valérie Sastre	11	57	5	8	44	6	12	65	5	10	61	6	41	10 215	249
		11	6	3	15	5		12	6		6	6		1 804	226
	7	37	5	8	43	5	6	32	5	7	36	5	28	5 180	
Estelle Gastier	5	26	5	6	32	5	4	22	6	6	31	5	21	4 218	201
		6	6	3	18	6	4	23	6		13	7		2 460	246
Delphine Marin	3	17	6	6	32	5	5	26	5	7	37	5	21	4 368	208
Total équipe	45	253	6	51	285	6	50	278	6	49	275	6	195	47 173	241,91

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

Nom	09/201N	10/201N	11/201N	12/201N	Total	km parcourus	Cadeaux
	présence	présence	présence	présenc e			
	10	17	14	11	52	2288	X
Lisa Jouvellé	54	58	62	59	233		Lot 2
	35	26	22	21	104		X
Valérie Sastre	57	44	65	61	227		Lot 2
	11	15	12	6	44	1936	X
	37	43	32	36	148		X
Estelle Gastier	26	32	22	31	111		Lot 4
	6	18	23	13	60	2640	X
Delphine Marin	17	32	26	37	112		Lot 4
Total équipe	253	285	278	275	1091	48004	X

Les bénéficiaires de lots sont Lisa Jouvellé, 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 escalades réalisées par mois, soit 5,42 escalades par mois et par conseillère.

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

asthaya
VOYAGES AUTOUR DU THE

Du 5^{er} septembre au 31 décembre
Partez avec des bus, sur la route
du thé avec nos passagers !

Challenge



Parcourir le plus de kilomètres possibles
(1 invité se déplace en moyenne de 44 km).

- Echelles réunissant au moins 3 participants, 4 bons de commande et un CA TTC de 200 euros
- Au minimum 16 échelles sur la période avec au moins 3 échelles par mois.

[illegible]

	09/2016	10/2016	11/2016	12/2016	Total	bon pascu
Nom	prileasa	prileasa	prileasa	prileasa		
Rapsoada Tandrai	10	17	14	11	52	2289
Liia Lucea	54	50	62	59	225	10971
Solii na Foculiste	25	26	72	21	124	6716
Valeriu Sestra	57	46	65	61	229	6000
Myriam Dzan	11	15	12	6	44	3234
Valeriu Sestra	27	42	22	26	114	4834
Detalii Gheorghiu	26	26	22	21	111	4834
Aradul Sestra	18	18	29	19	84	3404
Aradul Sestra	7	13	26	27	73	3111
Tudor Aradul	29	26	76	27	158	6204



- Droits de la préparation en fonction du type de loi
- Fonctions parlementaires : chambre de l'eau, des eaux, des eaux...
- Fonctions principales
- Fonction : Maintenir au chaud :



Lise JOUVELLE
Valérie SASTRE

Bravo!



Estelle GASTIER
Delphine MARIN

Bravo!



Bravo! A toute l'équipe!

Créer et animer un réseau de vente directe

- 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.

17. 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 ?	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 € *
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...

2. Quelles actions doit-elle mettre en place ?

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

3. 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, <i>phoning</i> , <i>emailing</i> , réseaux sociaux, <i>tracting</i>
Relance prospects	Relancer les contacts acquis lors des réunions précédentes ou des prospections	1h	0,5h 2 matins par semaine	<i>Phoning</i> , <i>emailing</i>


Actions	Objectifs	Durée hebdomadaire	Organisation	Outils
Communication	Création des outils de communication Mise à jour régulière	0,5h	1 fois par semaine	Blog, réseaux sociaux, flyers pour le <i>tracting</i>
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, élaborer un document qui formalise les engagements que vous prendrez pour assurer le suivi des vendeurs.

NOS ENGAGEMENTS POUR ACCOMPAGNER NOS VDI




Une solution logicielle dédiée pour gérer et organiser votre activité

Un intranet pour accéder à toutes les ressources de l'entreprise




Un accompagnement personnalisé par votre manager

Des rencontres hebdomadaires physiques ou virtuelles selon vos disponibilités



Des réunions d'équipe mensuelles

Un temps de partage et d'échange de pratiques pour vous aider à développer votre activité



Notre service commercial est à votre écoute

Une ligne est dédiée à nos vendeurs VDI

Et aussi, une rémunération attractive, des challenges, voyages, cadeaux.....

Des séminaires d'entreprise, rencontres régionales.....

4. 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.

5. 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 1^{er} 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.

6. 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.

7. Élaborez un guide d'entretien préparatoire.

GUIDE D'ENTRETIEN

Conseiller(ère) : Inès GRADET

Date : Lundi xx/xx/201x

Étapes	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 son 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.

8. 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.

9. 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.

10. 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.

11. 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

Nom	Prénom	Ville	Age	Date d'entrée	Situation familiale	temps complet	disponibilité	Contraintes	Objectif réunions	Motivation
CORTO	Maria	LYON	45	15/09/2016	mère de famille	non	16 heures	4 demi-journées par semaine	3	avoir du temps libre pour sa famille
PERNEL	Céline	SAINT-ETIENNE	26	25/10/2016		oui	35 heures	VDI pour une autre entreprise	4	métier plaisir et en autonomie
TOURET	Françoise	CLERMONT-FERRAND	53	05/01/2017		non	17 heures	mi-temps	4	temps libre, passion, souci de l'environnement
PERTHOD	Gaëlle	GRENOBLE	35	20/01/2017	mère de famille	non	21 heures	3 jours par semaine	4	concilier vie professionnelle et enfants, aimer les produits.
NILLET	Loriane	ANNECY	25	15/03/2017		oui	35 heures		5	relationnel, adaptabilité, revenus
PERAULT	Lisa	VALENCE	41	05/04/2017		oui	35 heures	VDI pour une autre entreprise	4	indépendance, distribuer des produits différents (autres produits du culinaire bio)

12. Analysez les statistiques de ventes et identifiez les axes d'amélioration pour chacun.

Nom	réunions semaine	invités moyens	RDV pris en réunion	Participants moyens	Clients moyens	CA HT Moyen semaine	Produits vendus moyens	Réunions à venir
CORTO Maria	2	15	0,5	5	2	224 €	4	3
PERNEL Céline	3	20	2	8	5	950 €	6	4
TOURET Françoise	4	10	4	6	4	392 €	3	7
PERTHOD Gaëlle	2	11	1	5	3	405 €	5	1
NILLET Loriane	6	30	4	6	5	575 €	4	10
PERAULT Lisa	4	10	3	7	5	600 €	4	8

Nom	nombre moyen rendez-vous	taux de présence	taux de transformation	panier d'achat participant	panier d'achat client	indice de vente	capital rendez-vous
CORTO Maria	0,5	33%	40%	45 €	112 €	2	3
PERNEL Céline	2	40%	63%	119 €	190 €	1,2	4
TOURET Françoise	4	60%	67%	65 €	98 €	0,75	7
PERTHOD Gaëlle	1	45%	60%	81 €	135 €	1,67	1
NILLET Loriane	4	20%	83%	96 €	115 €	0,8	10
PERAULT Lisa	3	70%	71%	86 €	120 €	0,8	8

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

13. 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 1 ^{er} 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

14. 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.

15. 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.

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

Fiche de description de poste

IDENTIFICATION DU POSTE	
<i>Intitulé du poste</i>	Responsable régional
LES MISSIONS DU POSTE	
<i>Mission principale, raison d'être ou finalité du poste</i>	Le responsable régional fait le lien entre le siège de l'entreprise et les conseillers en vente directe.
<i>Missions et activités du poste</i>	<p>Le responsable a pour mission principale d'être le médiateur entre le siège de l'entreprise de vente directe et les vendeurs :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>Il manage son secteur géographique :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
<i>Champ d'autonomie</i>	Sous la responsabilité hiérarchique de la direction commerciale de l'entreprise.
<i>Coopérations à développer</i>	Manage un réseau de vendeurs indépendants.
COMPETENCES REQUISES	
<i>Profil du poste</i>	<p>Les « savoirs » :</p> <p>Expérience dans la vente à domicile</p> <p>Connaissance produits</p> <p>Le « savoir-faire » :</p> <p>Maîtrise du terrain</p> <p>Maîtrise des techniques de communication et de développement personnel</p> <p>Le « savoir-être » :</p> <p>Sens du relationnel</p> <p>Écoute et pédagogie</p> <p>Adaptabilité</p> <p>Convivialité et enthousiasme</p> <p>Capacité de conviction</p>
<i>Évolution possible</i>	Direction commerciale
<i>Éléments du poste</i>	<p>Statut de salarié en CDI</p> <p>Rémunération selon contrat de travail avec une partie fixe et une partie variable</p> <p>Mobilité géographique</p>

17. Réalisez une fiche conseil d'animation pour vos deux nouveaux responsables régionaux.

ANIMER UN SECTEUR REGIONAL DE VENTE		Fiche Conseil
OBJECTIFS : <ul style="list-style-type: none">- S'orienter vers le leadership- Motiver les équipes- Savoir repérer les bons profils		
<hr/>		
Transmettre les valeurs de l'entreprise		
En tant que Responsable régional, vous êtes le lien entre l'entreprise et les équipes :		
<ul style="list-style-type: none">▪ Construire un cadre de travail épanouissant pour les conseillers▪ Transmettre les valeurs de l'entreprise▪ Agir en tant que médiateur entre les vendeurs et le siège		
La formation :		
Pour réussir dans leur activité, les conseillers ont besoin d'une formation permanente. Le Responsable régional :		
<ul style="list-style-type: none">▪ Connaît parfaitement les produits▪ Maîtrise les enjeux terrain▪ Fait preuve de pédagogie auprès des équipes		
Leadership et motivation		
En tant que Responsable régional, vous accompagnez les équipes en développant votre leadership :		
<ul style="list-style-type: none">▪ Capacité à fédérer▪ Reconnaissance de votre expérience▪ Enthousiasme▪		
Motiver les équipes :		
<ul style="list-style-type: none">▪ Instaurer la convivialité▪ Convaincre et donner du sens▪ Connaître parfaitement les conseillers▪ Adapter le suivi à leur profil▪ Respecter les conseillers▪ Rechercher l'épanouissement des conseillers▪ Ecouter et percevoir les difficultés▪ Recruter les bons profils		

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).

18. 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.

19. 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.

20. 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 2^e prix vous attend, 2 coffrets Parenthèse Café !

