

MERCURI
international

LIVRE BLANC

Quels sont les secrets
de l'excellence commerciale ?



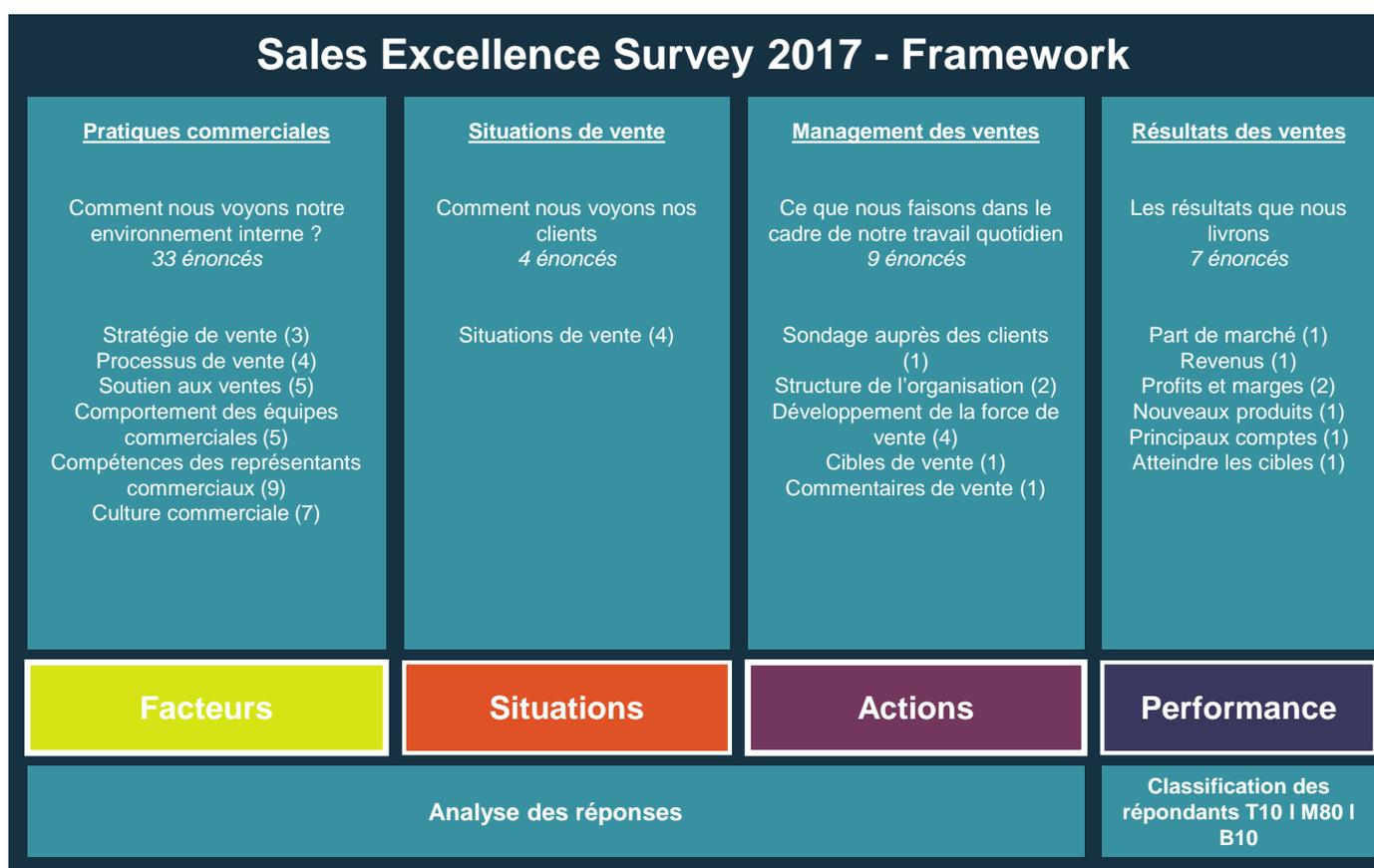
Vous vous posez souvent ces questions :

- Comment certaines entreprises excellent dans les ventes ?
- Qu'est-ce qui motive leur succès, indépendamment du secteur d'activité, de la taille ou des conditions économiques?
- Est-ce que leurs pratiques pour réussir peuvent être reproduites ?
- .../....

Découvrir les secrets de l'excellence commerciale

- L'excellence commerciale est-elle une question de stratégie, de process, de structure ou de personnes ? Un de ceux-là ? Certains d'entre eux ? Tous ? Ou est-ce qu'il y a quelque chose en plus ?
- Qu'est-ce qui explique la performance commerciale d'une organisation par rapport à une autre, quelle que soit la taille, le secteur d'activité, la géographie et/ou les conditions économiques ?
- Quels sont les écueils que rencontrent aujourd'hui les vendeurs et les managers commerciaux ?

Pour répondre à ces questions, Mercuri International conduit régulièrement des études dans le monde entier. La dernière étude – l'enquête Sales Excellence Survey 2017 – a été faite à la mi-2016, elle révèle certains secrets de l'excellence commerciale des entreprises les plus performantes. Cette étude menée dans 20 pays et dans 12 secteurs d'activité, impliquant 926 répondants, plus de 80% d'entre eux étant des PDG et des Managers Commerciaux. L'étude comportait 53 énoncés, répartis en quatre catégories :



Comprendre ce qui a conduit les Tops performers à l'excellence

Nous avons demandé aux répondants de s'évaluer sur une échelle de 1 à 10, sur 7 paramètres de performance.

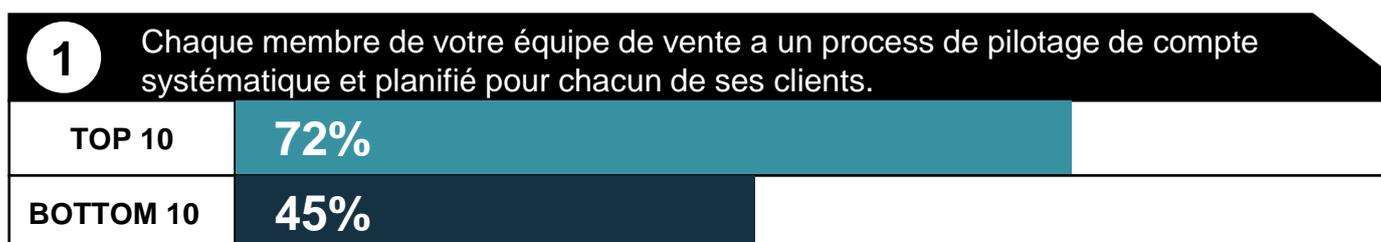
Ces scores ont été utilisées pour identifier le classement des 10% premiers, des 80% médians et des 10% derniers, de chaque pays, le cumul a été pris pour le classement mondial.

Pour identifier ce que les TOP Performers font différemment, leurs répondants ont été invités à s'évaluer sur 33 pratiques qui concernent la stratégie commerciale, le process de vente, les outils de support, les comportements commerciaux, les compétences des commerciaux et la perception / image commerciale.

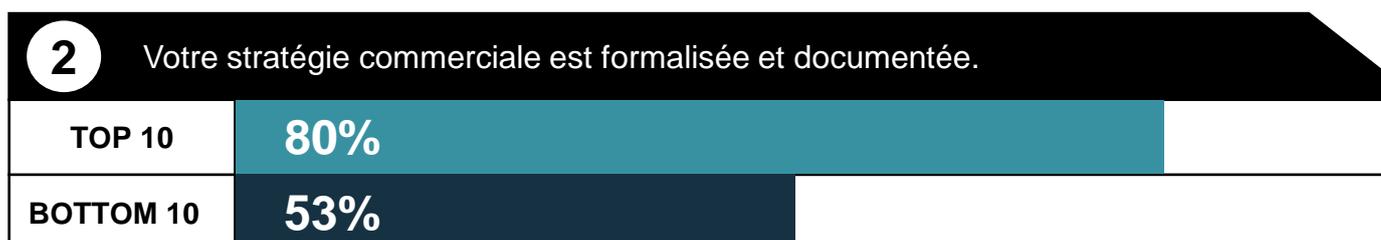
L'écart entre les scores des 10% de meilleurs (TOP 10) avec ceux des 10% les moins performants (Bottom 10) a permis d'identifier les principaux facteurs de différenciation qui ont aidé le TOP 10 à exceller.

Les secrets dévoilés – Les 10 moteurs d'excellence commerciale les plus importants

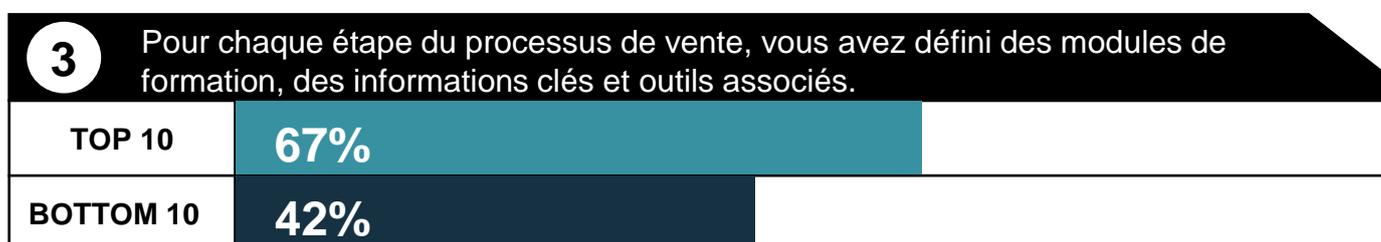
Voici les 10 meilleures pratiques commerciales sur lesquelles les Top Performers se classent significativement plus élevés par rapport à leurs confrères.



Les entreprises les plus performantes obtiennent une note élevée en allouant des ressources commerciales pour chacun de leurs clients, un process de pilotage de compte pour chacun de ses clients est en place : l'orientation des démarches commerciales et donc leur planification s'en trouve facilitée.



Selon les études, seulement 14% des salariés dans une entreprise connaissent réellement sa stratégie. Les plus performants semblent effacer ce risque non seulement en formalisant leur stratégie, mais également en la documentant pour en faciliter la compréhension.



Un process est seulement efficace s'il est bien mis en place. Les entreprises les plus performantes ne s'arrêtent pas à la définition des process de vente et des workflows. Elles s'améliorent en soutenant leurs équipes dans ces process par le développement de modules de formation, de KPI et d'outils pour chaque étape des process prioritaires.

4 Votre stratégie d'entreprise définit clairement les orientations commerciales



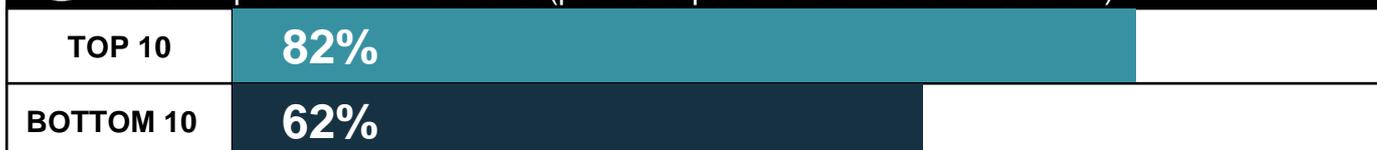
Les entreprises au sommet de la performance considèrent les ventes bien au-delà de leur simple exécution : elles détaillent explicitement tous les éléments de nature à rendre visible leur valeur et leurs points de différenciation stratégique.

5 Chaque étape clé de vos process commerciaux est détaillée et documentée par écrit.



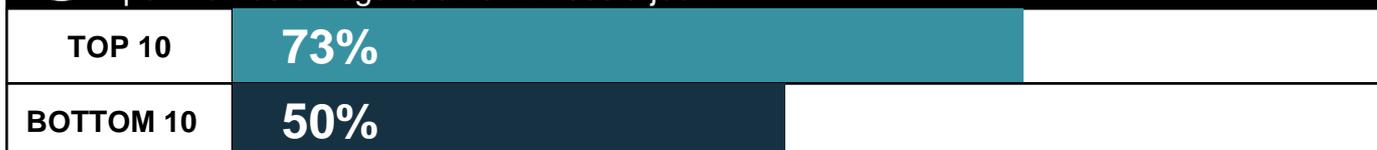
L'exécution sans faille étant la caractéristique de bonnes ventes, les entreprises les plus performantes portent une attention particulière à la description détaillée des process commerciaux et des flux de travail pour atteindre les objectifs visés.

6 Votre structure / organisation facilite des approches fonctionnelles / inter-services Initiées par vos commerciaux (par exemple les structures matricielles).



Les entreprises les plus performantes sont loin devant, ce qui leur permet d'intégrer et d'adopter une approche transversale avec d'autres équipes pour répondre plus complètement aux besoins de leurs clients.

7 Votre outil CRM est intégré dans toute l'entreprise, renseigné avec des informations pertinentes et régulièrement mises à jour.



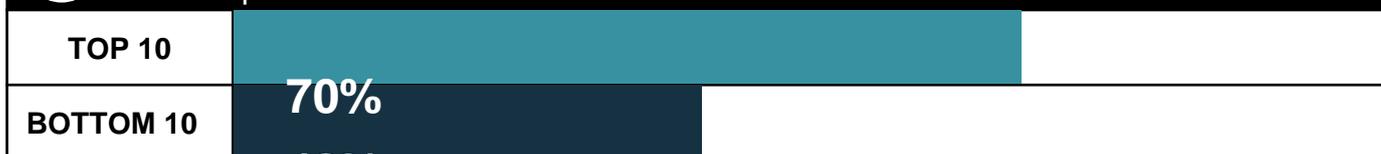
Au niveau des entreprises les plus performantes, le CRM permet d'intégrer l'ensemble des approches clients. Ces sociétés s'assurent que leurs équipes mettent à jour le CRM régulièrement afin d'être toujours en phase avec les exigences de leurs clients.

8 L'image des ventes à l'intérieur de votre entreprise est excellente



Les entreprises les plus performantes ont inscrit la réussite et la satisfaction dans la mentalité commerciale. Elles considèrent les ventes comme un sujet stratégique et global. La fierté d'appartenir à une entreprise qui réussit est un puissant moteur de performance pour les commerciaux.

9 Vous mettez en place des parcours mixant présentiel et distanciel pour développer les compétences de vos commerciaux.



Les entreprises les plus performantes mettent à profit la technologie pour faire évoluer leurs dispositifs d'apprentissage et semblent préférer une approche qui mixe la formation présentielle avec la formation distancielle pour développer les compétences commerciales de leurs équipes de ventes.

6 Votre structure / organisation facilite des approches fonctionnelles / inter-services initiées par vos commerciaux (par exemple les structures matricielles).



Définir une stratégie commerciale est la première étape pour assurer l'alignement des collaborateurs sur les objectifs commerciaux. C'est un levier clé pour réussir dans les entreprises les plus performantes : la clarté et la cohérence de la stratégie commerciale permet plus facilement aux collaborateurs commerciaux d'être alignés sur les mêmes priorités, surtout quand ils sont éparpillés sur plusieurs zones géographiques, voire plusieurs pays.

Les conclusions de l'étude seraient-elles pertinentes partout ?

Notre monde est trop varié pour être peint avec une seule brosse. Bien que les moteurs qui ressortent de cette étude sont valables universellement, toutes les entreprises ne se ressemblent pas.

En plus d'une vision globale toutes entreprises confondues, l'enquête est déclinée également en fonction de 3 critères de segmentation.

En fonction du poste du répondant dans l'entreprise

L'étude permet de saisir et d'analyser les réponses des répondants – PDG / directeur (41%), directeurs commerciaux (47%) et autres (12%).

Cliquez ici pour télécharger les résultats en fonction du POSTE DE REpondant

En fonction du secteur d'activité

L'étude recueille les réponses dans 12 secteurs d'activité :

- Industries Manufacturière
- Biens de consommation, Détail
- Software, Informatique
- Pharma, Dispositifs médicaux et Diagnostic
- Construction
- Matières premières
- Banque, Finance, Assurance
- Produits chimiques
- Services publics
- Télécommunication
- Logistique et Automobile
- Médias

[Cliquez ici pour télécharger les résultats en fonction du
SECTEUR D'ACTIVITE](#)

En fonction de la taille de la force de vente

Les réponses proviennent d'organisations commerciales segmentées comme suit :

- (i) +100 commerciaux
- (ii) 51 à 100 commerciaux
- (iii) 26 à 50 commerciaux
- (iv) 10 à 25 commerciaux
- (v) Moins que 10 commerciaux

Cela a contribué à rendre les résultats de l'enquête représentatifs au global mais également par type de clé de répartition.

[Cliquez ici pour télécharger les résultats en fonction de
la **TAILLE DE LA FORCE DE VENTE**](#)

Comment les entreprises voient leurs clients ?

Au-delà des pratiques qui se cachent derrière les moteurs de performance commerciale, l'étude évalue également si les entreprises qui performant voient leurs clients différemment de celles qui sont moins performantes.

L'étude porte également sur les décisions commerciales, telles que les différentes façon de structurer l'organisation commerciale, la nature et le nombre d'objectifs fixés ainsi que les indicateurs associés.

[Cliquez ici pour télécharger les résultats de l'enquête
par **DOMAINES**](#)

Mettre à profit la Sales Excellence Survey 2017

Tous les détails de cette étude, les réponses par catégorie de population ou par secteur d'activité, par taille d'entreprise, sont disponibles dans le rapport complet via le lien suivant : [Rapport complet sur les secrets de l'Excellence Commerciale 2017.](#)

Nous espérons que ces éléments vous permettront non seulement de vous jauger avec les pratiques des meilleurs mais également d'orienter vos réflexions en matière de performance commerciale.

La découverte des secrets de l'excellence commerciale pourrait vous guider vers le saut de performance commerciale que vous attendez.

Vous souhaitez approfondir ces résultats, voire identifier comment travailler ces moteurs dans votre organisation, prenez dès à présent un RENDEZ-VOUS avec un consultant Mercuri International en [cliquant ici !](#)