

ASSURER UN SUIVI COMMERCIAL

Afin de véhiculer une bonne image à son portefeuille de clients et à continuer son travail lié à la notoriété, il est important que le commercial respecte les engagements qu'il a pris pendant la vente. Un excellent suivi de ses clients passe par une bonne organisation et par l'accomplissement de diverses tâches administratives.

Vous trouverez ci-dessous une liste (non exhaustive) de 9 points qui facilite le suivi commercial et qui permet d'avoir une procédure précise.

I. Saisie immédiate de toutes les informations recueillies

Avec mise à jour de la fiche client (manuscrite ou informatisée) et rédaction d'un rapport de visite si besoin.

Dans de nombreuses entreprises, le service commercial utilise un logiciel de GRC ou CRM pour tracer les informations et effectuer des rapports de visite comme dans l'exemple ci-dessous.

Exemple pour ajouter un prospect sur un CRM :

Nouvelle fiche Prospect Sauvegarder Annuler

Détail prospect

Prénom	--A... ▾	* Nom	
Titre		Société	
* Catégorie	Entreprise ▾	Source prospect	Choisir une option ▾
Téléphone portable		Téléphone	
email principal		Statut	Choisir une option ▾
Site Web		Secteur	Select an Option ▾
Effectif		Code NAF	
Libellé NAF		* Assigné à	EXPILLY ▾

Détails adresse

Rue		* Code postal	
Ville		Province/État	

Exemple pour ajouter un compte client sur un CRM :

Nouvelle fiche Compte Sauvegarder Annuler

Détail compte

* Nom compte		* Catégorie	Choisir une option ▾
* Type	Choisir une option ▾	Prestation(s) proposée(s)	
Téléphone		Téléphone secondaire	
email		email secondaire	
Site Web		Code NAF	
Secteur	Select an Option ▾	Employées	
* Assigné à	EXPILLY ▾		

Détails adresse

Adresse de facturation		* Code postal de facturation	
	<small>Copier l'adresse de livraison</small>		
Ville de facturation		Département de facturation	

Exemple pour ajouter un contact sur un CRM :

Nouvelle fiche Contact Sauvegarder Annuler

Détail du contact

Prénom	--A... ▾	* Nom	
Nom du compte	🔍 Saisir la recherche 🔍 +	Fonction	
Téléphone portable		Téléphone (bureau)	
email principal		email alternatif	
Référent	<input type="checkbox"/>	Supérieur hiérarchique	🔍 Saisir la recherche 🔍 +
* Type	Choisir une option ▾	Source prospect	Choisir une option ▾
* Assigné à	EXPILLY ▾		

Détails adresse

Adresse		Code postal	
	<small>Copier l'autre adresse</small>		
Ville		Province/État	

Exemple de fiche client complété avec possibilité de reporting sur la droite:

M eddy BEGHENNOU
Dirigeant à Devidia

Éditer Envoyer email Plus

Prénom	M eddy
Nom	BEGHENNOU
Nom du compte	Devidia
Fonction	Dirigeant
Téléphone (bureau)	0646750664
email principal	b.eddy@devidia.net
Type	Entreprise
Assigné à	EXPILLY
Ville	

Afficher la vue complète

Créé(e) le Jeu, Oct 09, 2014 à 12:50
Modifié(e) le Jeu, Oct 09, 2014 à 12:53

Activités Ajouter

Aucune activité en attente

Modifications

- Administrator Mis à jour il y a 25 jours passé
Nom du compte : modifié pour Devidia
- Adresse : expéditeur 25 rue du frère benoit pour 4 Rue Bernard Ortet
- Ville : Supprimé (GUILLES)
- Province/État : Supprimé (Rhône-Alpes)
- Code postal : expéditeur 69600 pour 31380
- Administrator Mis à jour il y a 25 jours passé
- Fonction : modifié pour Dirigeant
- Administrator Mis à jour il y a 25 jours passé
- Téléphone (bureau) : expéditeur 33646750664 pour 0646 750664
- Administrator Mis à jour il y a 25 jours passé

Contact Résumé

- Contact Details
- Commentaires
- Modifications
- Opportunités
- Activités
- emails
- Documents

Exemple pour tracer les informations pour une nouvelle opportunité :

Nouvelle fiche Opportunité Sauvegarder Annuler

Détail

* Nom de l'opportunité	<input type="text"/>	* Phase de vente	Choisir une option
Nom client	<input type="text"/> Saisir la recherche <input type="button" value="Q"/> <input type="button" value="+"/>	Nom du contact	<input type="text"/> Saisir la recherche <input type="button" value="Q"/> <input type="button" value="+"/>
Montant	€ <input type="text"/>	Montant prévisionnel	€ <input type="text"/>
Type	Choisir une option	Source opportunité	Choisir une option
* Assigné à	EXPILLY	Catégorie	Choisir une option

Description

Description

Le logiciel de GRC Facilite la communication et le suivi du client car il permet aussi de planifier des rappels.

II. Suivi de livraison

Le commercial s'est engagé à assurer une livraison conforme au bon de commande et dans les délais prévus. Il doit être en mesure d'avertir son client en cas de retard ou de livraison incomplète. Pour avoir les informations en temps et en heure, une procédure interne peut être mise en place. Un problème de livraison lors de la première commande peut être fatal pour l'entreprise.

III. Suivi commercial

En fonction du secteur d'activité, le commercial doit repasser voir son client (ou lui téléphoner) pour s'assurer qu'il est satisfait. Une visite est conseillée car il facilite la reprise d'une commande et le client se sent privilégié.

IV. Gestion des réclamations

Le commercial prend rendez-vous avec son client et lui rend visite. Il fait attention à bien écouter et questionner pour comprendre son problème et vérifier le bien-fondé de ses récriminations.

Il rassure le client et cherche une solution avec lui en précisant les démarches qu'il s'engage à effectuer pour réparer et satisfaire le client. Si possible il offre un avantage complémentaire au client afin de faire passer le message.

En cas de conflit plus important, si la relation est rompue :

- Ecouter le client pour en comprendre les raisons et lui faire une offre réellement adaptée pour le reconquérir.
- S'il refuse, ne jamais interrompre la relation et continuer à informer l'acheteur dans l'espoir de retravailler avec lui dès que la raison du conflit sera corrigée.

V. Evaluer chaque visite

Le commercial analyse les causes de vente et de non vente pour améliorer son savoir-faire, il peut l'analyser en reprenant l'ensemble des étapes de la vente mais aussi en analysant la psychologie de l'acheteur.

VI. Réagir en faisant remonter les informations au service commercial

Cette remontés d'information favorise la mise en place d'action future afin de proposer des améliorations (démarche, outils, cible, stratégie par rapport aux informations recueillies sur le terrain), en établissant un calendrier de relance (réponses aux besoins, engagements à tenir...);

VII. Fidéliser le client

En réfléchissant à une démarche permanente qui s'inscrit dans la durée et la régularité pour accompagner, maintenir un contact régulier, entretenir le niveau de confiance.

VIII. Les actions de fidélisation

- Moyens de communication écrite : Enquête de satisfaction, lettre de compte rendu d'entretien, remerciements, envoi d'échantillon, de documentation, courriers privés, envoi d'e-mail ou SMS.
- Téléphone : Information personnalisée, appels de courtoisie, assistance téléphonique.
- Nouveaux outils : Relation individualisée entre le commercial et ses clients (« One to one »), les nouvelles technologies d'information et de communication.
- Visite exceptionnelle : Visite d'après-vente, visite spéciale pour proposer des offres commerciales, visite de courtoisie.

- Visite régulière : Cas pour les produits consommable

QUIZZ

**1. Pourquoi est-il important de mettre en place un suivi commercial ?
(Plusieurs réponses possibles)**

- a. Pour augmenter la notoriété de l'entreprise.
- b. Pour donner une bonne image de l'entreprise.**
- c. Pour mettre en place une stratégie dans l'entreprise.
- d. Pour augmenter le CA.**

2. A quoi sert la gestion des réclamations ?

- a. Elle sert à financer les achats du client.
- b. Elle sert à gérer les imprévus.
- c. Elle sert à réparer une erreur et satisfaire le client.**
- d. Elle sert à écrire une lettre d'excuse au client.

3. Que veulent dire les initiales GRC ?

- a. Gestion de la relation consommateur.
- b. Gestion de la relation consom'acteur.
- c. Gestion de la relation client.**
- d. Groupement de relations clients.

4. Trouver la réponse fausse. En cas de réclamation, il est recommandé de :

- a. Lister les motifs de réclamation.
- b. Se déclarer impuissant si le problème ne vient pas de nous.**
- c. S'excuser même si nous ne sommes pas sûrs d'avoir raison.
- d. Ne jamais interrompre le client.

5. Donner un avantage du logiciel de GRC ?

- a. Il permet de planifier les rappels.
- b. Il permet de gérer le CA du client.
- c. Il permet de générer de la marge facilement.
- d. Il facilite la communication orale entre le service et le client.

6. Donnez la réponse fausse. Pour fidéliser le client, il est possible :

- a. D'utiliser des outils de communication écrits.
- b. Réaliser des visites.
- c. Utiliser le téléphone.
- d. De faire des publi-reportages.

7. Pourquoi est-il nécessaire de faire remonter des informations au service commercial ?

- a. Pour mettre en place des améliorations.
- b. Pour analyser l'ensemble des étapes de la vente.
- c. Pour gagner du CA complémentaire.
- d. Pour développer les actions commerciales.

8. A quoi sert la fidélisation ? (plusieurs réponses possibles)

- a. Améliorer le taux d'attrition.
- b. Auto-générer de nouvelles ventes.
- c. Augmenter le CA de chaque client.
- d. Développer un avantage concurrentiel.