



PROFESSIONAL PERFORMANCE MARKETING INTERNATIONAL

The key of your success



Our Way To Thinking

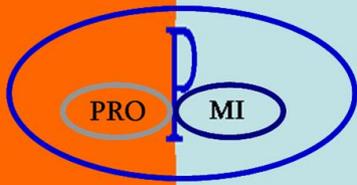
- ✓ *Effectivity*
- ✓ *Efficiency*
- ✓ *Innovativity*
- ✓ *Sustainability*

*We help you to
increase your
business*

Marketing – Distribution – Sales – Communication

- ✓ Consultancy & Strategy
- ✓ Formations & Coaching
- ✓ Solution Marketing Digital & Technology





THE WAY WE THINK IS CHANGING



Our valeurs

- Effectivity
- Efficiency
- Innovation
- Sustainability

Improve your Marketing and Business Development Capability

PROFESSIONAL PERFORMANCE MARKETING INTERNATIONAL



Felix C. Poudeu
CEO / DG

Expertise

- ✓ Marketing Digital
- ✓ Brand Marketing
- ✓ Marketing Project Management (MPM)
- ✓ Enterprise Marketing Management (EMM)

Services

- ✓ Consultancy & Strategy
- ✓ Formations & Coaching
- ✓ Solutions Marketing Digital & Technology



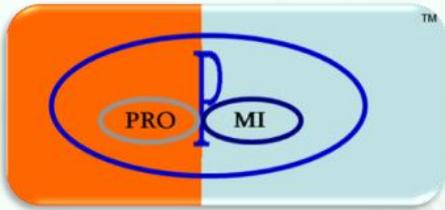
Propulsez votre entreprise en faisant votre propre marketing



Pro Network Marketing Akademy

PROMEDI@COM
IMPROVE YOUR BRAND & REVENUES

PROPMI

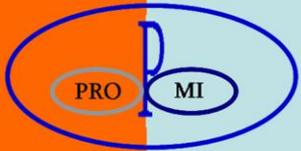


PROP MI CONSULTING

STRATEGY & CONSULTING • FORMATION & COACHING •
MARKETING DIGITAL & TECHNOLOGY

GIVE YOUR COMPANY A COMPETITIVE EDGE





About Me

CONSULTANT- ENTERPRISE MARKETING MANAGEMENT (EMM) & MARKETING PROJECT MANAGEMENT



Felix C. Poudeu
CEO /DG

- Marketing, Sales & Business Development
- EMM – Enterprise Marketing Management
- ERP – Enterprise Resource Planning
- **CRM = Customer Relationship Management**
- Web- & E-Commerce Marketing
- IT & Marketing Project Management

Qualification:

- Studied : Business Administration at University, Germany
- Graduated: Dipl.-Kfm. (Uni.)/Master Degree
- Focus :
 - Marketing Management ,
 - Production Management and
 - Logistics Management
- Experienced in Marketing & Business Development / CRM/ ERP/ SCM, as well as Web site & E-Commerce Solution (EMM)

Works experiences: Wundermann Germany, IBM UK, Microsoft UK, Vmware IR, Adorsys , Accenture, Dexion, ... Services Sources UK, Rainmaker UK, ... For more question contact me per E-Mail: propmi.consulting@gmail.com or Whatsapp – See below.

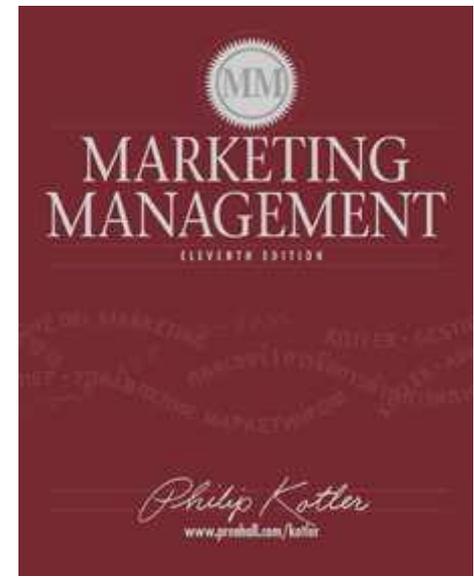




Gérer la force de vente

Par Philip Kotler S. 653-683

Félix C. Poudeu



www.bookfiesta4u.blogspot.com

© Propmi Strategy & Consulting



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com

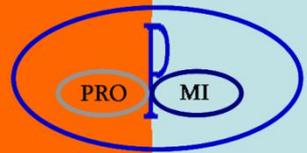


[Propmi Strategy & Consulting](#)



www.propmiconsulting.wordpress.com





*Le vendeur retenu se soucie d'abord
du client, deuxième pour les produits.*

P. Kotler sur le Marketing



www.bookfiesta4u.blogspot.com



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com

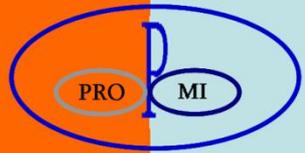


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





Objectifs

- Dans ce chapitre, nous répondons aux questions suivantes:
 - Quelles décisions les entreprises sont-elles confrontées dans la conception d'une force de vente?
 - Comment les entreprises recrutent-elles, sélectionnent-elles, forment-elles, supervisent, motivent-elles et évaluent-elles une force de vente?
 - Comment les vendeurs peuvent-ils améliorer leurs compétences dans la vente, la négociation et la poursuite du marketing relationnel?

www.bookfiesta4u.blogspot.com



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com



Propmi Strategy & Consulting

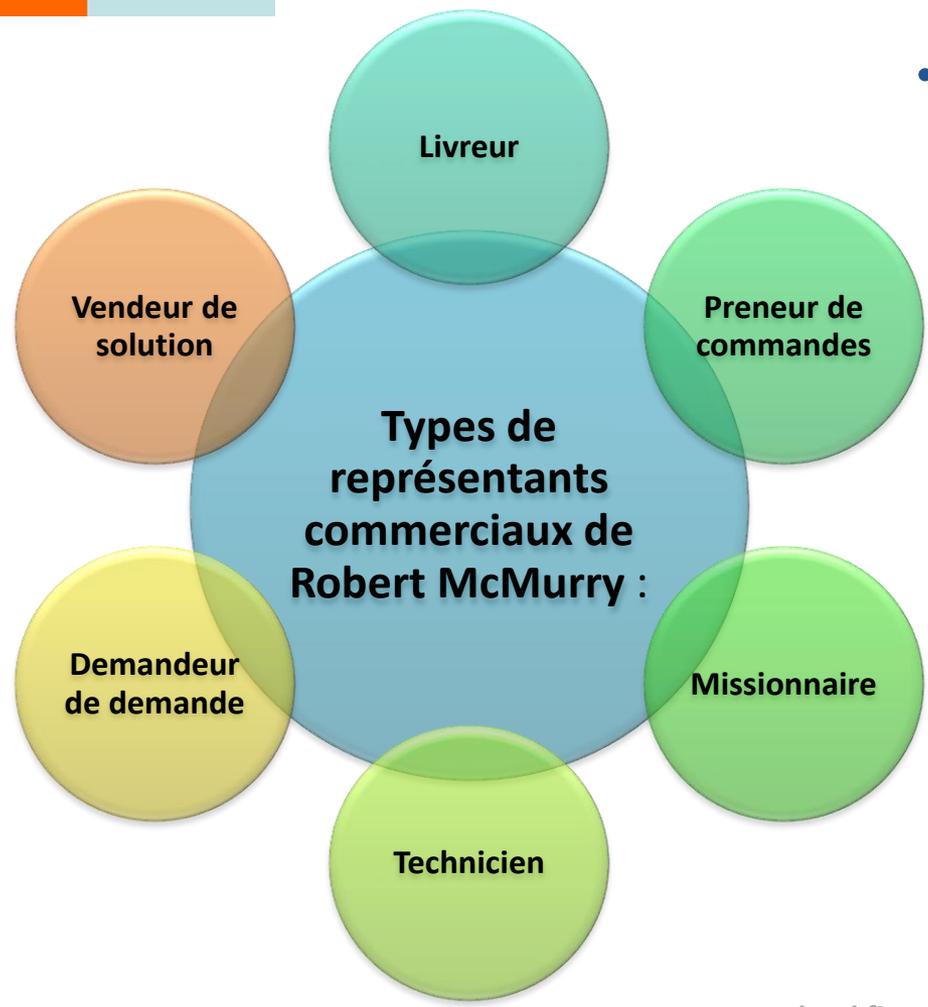


www.propmiconsulting.wordpress.com





Représentant de vente / Commercial



- **Types de représentants commerciaux de Robert McMurry:**
 - Livreur
 - Preneur de commandes
 - Missionnaire
 - Technicien
 - Demandeur de demande
 - Vendeur de solution

www.bookfiesta4u.blogspot.com





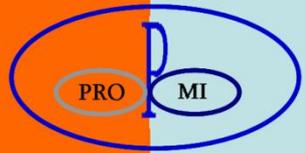
Concevoir la force de vente

- Objectifs et stratégies de vente des ventes
- Tâches communes pour les vendeurs
 1. Prospection
 2. Ciblage
 3. Communication
 4. Vente
 5. Collecte d'informations
 6. Allocation



www.bookfiesta4u.blogspot.com





Conception de la force de vente

- Force de vente à effet de levier
 - Force de vente directe (entreprise)
 - Force de vente contractuelle
-
- **Structure de la force de vente (Voir tableau 21.1)**

www.bookfiesta4u.blogspot.com



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com

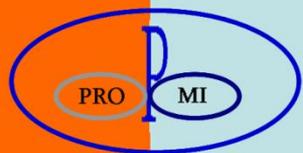


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





Conception de la force de vente

Tableau 21.1: Structures de force de vente

- **Territorial:** Chaque représentant des ventes se voit attribuer un territoire exclusif. Cette structure de vente se traduit par une définition claire des responsabilités. Il augmente l'incitation du représentant à cultiver des affaires et des liens personnels locaux. Les dépenses de voyage sont relativement faibles car chaque représentant se déplace dans une petite zone.
- **Taille du territoire :** Les territoires peuvent être conçus pour fournir un potentiel de vente égal ou une charge de travail égale. Les territoires de potentiel égal offrent à chaque représentant les mêmes opportunités de revenu et offrent à l'entreprise un moyen d'évaluer les performances. Les territoires peuvent également être conçus pour égaliser la charge de travail des ventes afin que chaque représentant puisse couvrir de manière adéquate le territoire.
- **Forme de territoire:** les territoires sont formés en combinant des unités plus petites, telles que des comtés ou des États, jusqu'à ce qu'ils s'adressent à un territoire d'un potentiel ou d'une charge de travail donnée. Les entreprises peuvent utiliser des programmes informatiques pour concevoir des territoires qui optimisent des critères tels que la compacité, l'égalisation de la charge de travail ou du potentiel de vente, et un temps de trajet minimal.

www.bookfiesta4u.blogspot.com



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com

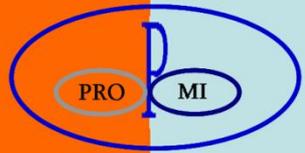


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com

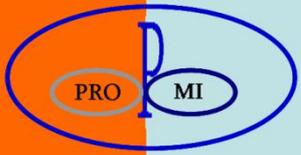




Conception de la force de vente

- Taille de force de vente
 - Approche de la charge de travail:
 - Les clients sont regroupés en classes de taille
 - Les fréquences d'appels souhaitables sont établies pour chaque classe
 - Le nombre de comptes dans chaque classe de taille est multiplié par la fréquence d'appel correspondante
 - Le nombre moyen d'appels qu'un représentant commercial peut faire par an est déterminé
 - Le nombre total de représentants commerciaux nécessaires est déterminé





Questions de discussion

Internet a permis à de nombreuses entreprises de déplacer le soutien des ventes pour les petits comptes aux sites de commerce électronique et loin du personnel de vente. De plus, de nombreuses fonctions régulièrement survenantes sont devenues automatisées, permettant aux clients de toute organisation de taille d'utiliser des systèmes Web pour passer des commandes et soumettre des demandes de garantie. Pouvez-vous penser à d'autres domaines où les technologies Internet pourraient changer la façon dont une force de vente interagit avec leurs clients?



www.bookfiesta4u.blogspot.com



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com

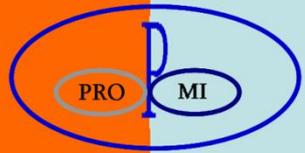


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





Conception de la force de vente

- Compensation de la force de vente.
 - Quatre composants:
 - Montant fixe
 - Montant variable
 - Allocations de dépense
 - Avantages

www.bookfiesta4u.blogspot.com



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com

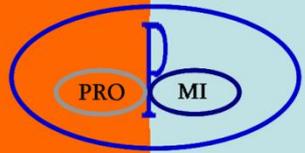


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





Gestion de la force de vente

- Recrutement et sélection des commerciaux.
- Formation des commerciaux
- Les programmes de formation ont plusieurs objectifs
 - Les représentants des ventes doivent:
 - Connaître et identifier l'entreprise
 - Connaître les produits de l'entreprise
 - Connaître les caractéristiques des clients et des concurrents
 - Savoir faire des présentations de vente efficaces
 - Comprendre les procédures et responsabilités sur le terrain

www.bookfiesta4u.blogspot.com



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com

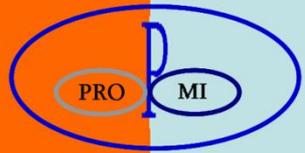


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





Gestion de la force de vente

- Superviser les représentants des ventes
- Normes pour les appels clients
 - Normes pour les appels de prospects
 - Utiliser efficacement le temps de vente

www.bookfiesta4u.blogspot.com



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com

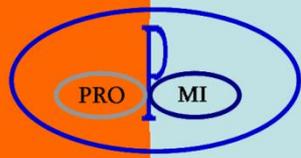


Propmi Strategy & Consulting

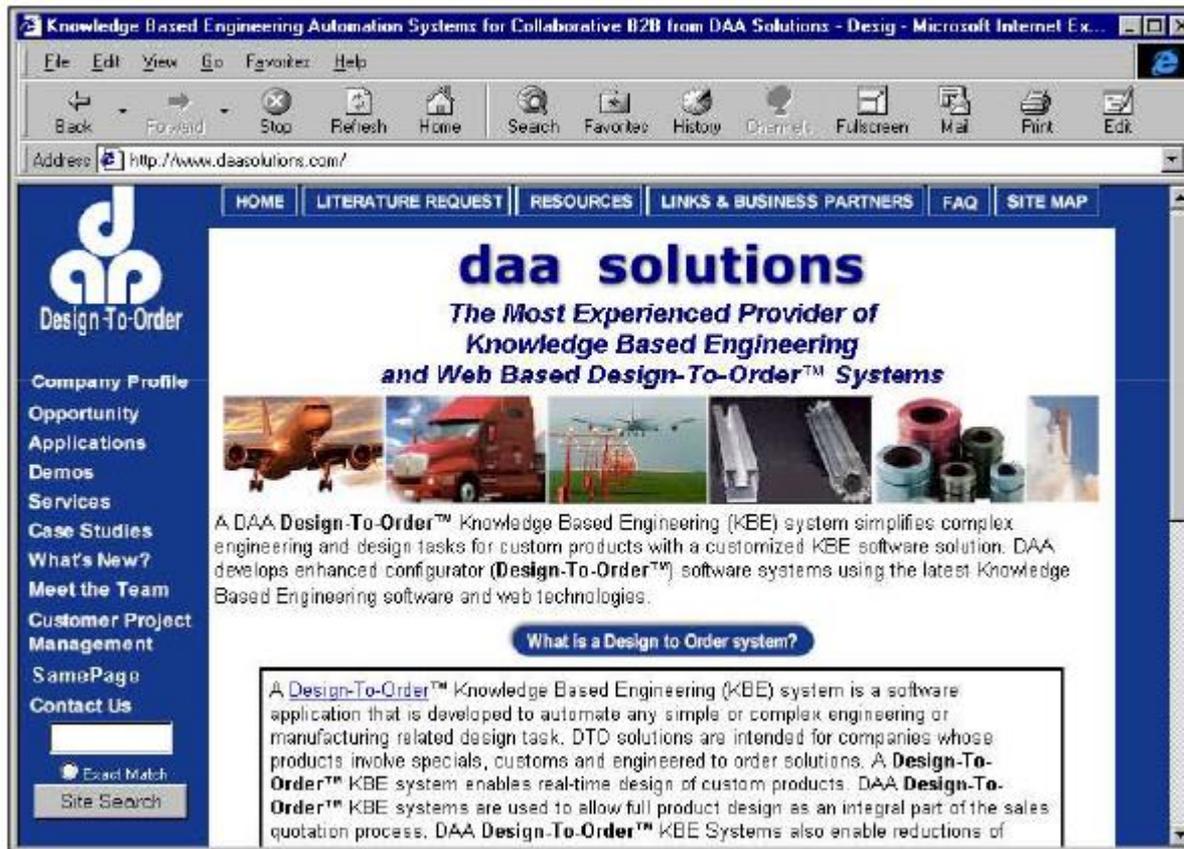


www.propmiconsulting.wordpress.com





La page d'accueil de DAA Solutions décrit son Application logicielle Design-to- Order®



<https://www.daasolutions.com/>

www.bookfiesta4u.blogspot.com

© Propmi Strategy & Consulting

+237 6 73 39 82 52 / +237 6 58 51 90 86

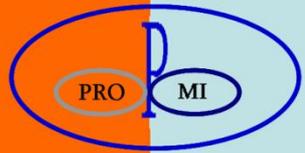
+237 6 73 39 82 52 / +237 6 58 51 90 86

info.propmi@gmail.com

Propmi Strategy & Consulting

www.propmiconsulting.wordpress.com





Gestion de la force de vente

- **Analyse de temps et de service**
 - Préparation
 - Voyager
 - Nourriture et pauses
 - Attente
 - Vente
 - Administration

www.bookfiesta4u.blogspot.com



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com

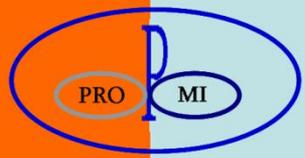


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





Le site Web de l'entreprise comme outil de prospection



www.bookfiesta4u.blogspot.com

+237 6 73 39 82 52 / +237 6 58 51 90 86

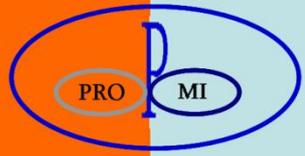
+237 6 73 39 82 52 / +237 6 58 51 90 86

info.propmi@gmail.com

Propmi Strategy & Consulting

www.propmiconsulting.wordpress.com





Gestion de la force de vente

- Motiver les représentants des ventes
- Churchill, Ford et Walker
 - **Modèle de motivation:**
 - Les directeurs des ventes doivent être en mesure de convaincre les vendeurs qu'ils peuvent vendre plus en travaillant plus dur ou en étant formés pour travailler plus intelligemment
 - Les directeurs des ventes doivent être en mesure de convaincre les vendeurs que les récompenses pour de meilleures performances valent l'effort supplémentaire

www.bookfiesta4u.blogspot.com



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com

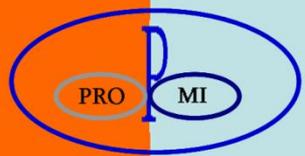


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





Gestion de la force de vente

- Quotas de vente
- Motivations supplémentaires
 - Réunions de vente
 - Concours de vente
- Évaluation des représentants des ventes
 - Sources d'information
 - Évaluation formelle

www.bookfiesta4u.blogspot.com



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com



Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com



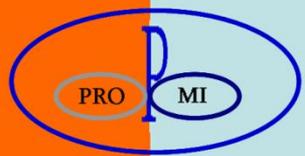


Tableau 21.2 : Formulaire d'évaluation de la performance du représentant commercial

	2016	2017	2018	2019
1. Ventes nettes produit A	251 300 FCFA	253 200 FCFA	270 000 FCFA	263 100 FCFA
2. Ventes nettes produit B	423 200 FCFA	439 200 FCFA	553 900 FCFA	561 900 FCFA
3. Total des ventes nettes	674 500 FCFA	692 400 FCFA	823 900 FCFA	825 000 FCFA
4. Pourcentage du produit contingente A	95,6	92,0	88,0	84,7
5. Pourcentage du produit contingente B	120,4	122,3	134,9	130,8
6. Bénéfices bruts produit A	50 260 FCFA	50 640 FCFA	54 000 FCFA	52 620 FCFA
7. Bénéfices bruts produit B	42 320 FCFA	43 920 FCFA	55 390 FCFA	56 190 FCFA
8. Bénéfices bruts totaux	92 580 FCFA	94 560 FCFA	109 390 FCFA	108 810 FCFA

www.bookfiesta4u.blogspot.com



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com

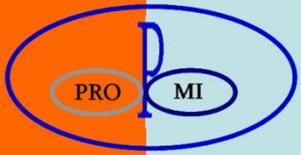


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com

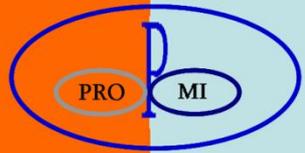




Principes de la vente personnelle



Figure 21.3 :
Gérer la force de
vente : améliorer
l'efficacité



Principes de la vente personnelle

- **Professionalisme**
 - **Approche axée sur les ventes**
 - **Approche orientée client**
 - Les questions de Rackham pour les prospects
 - Questions de mise en situation
 - Questions problématiques
 - Questions d'implication
 - Questions sur les besoins

www.bookfiesta4u.blogspot.com



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com



Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





Principes de la vente personnelle

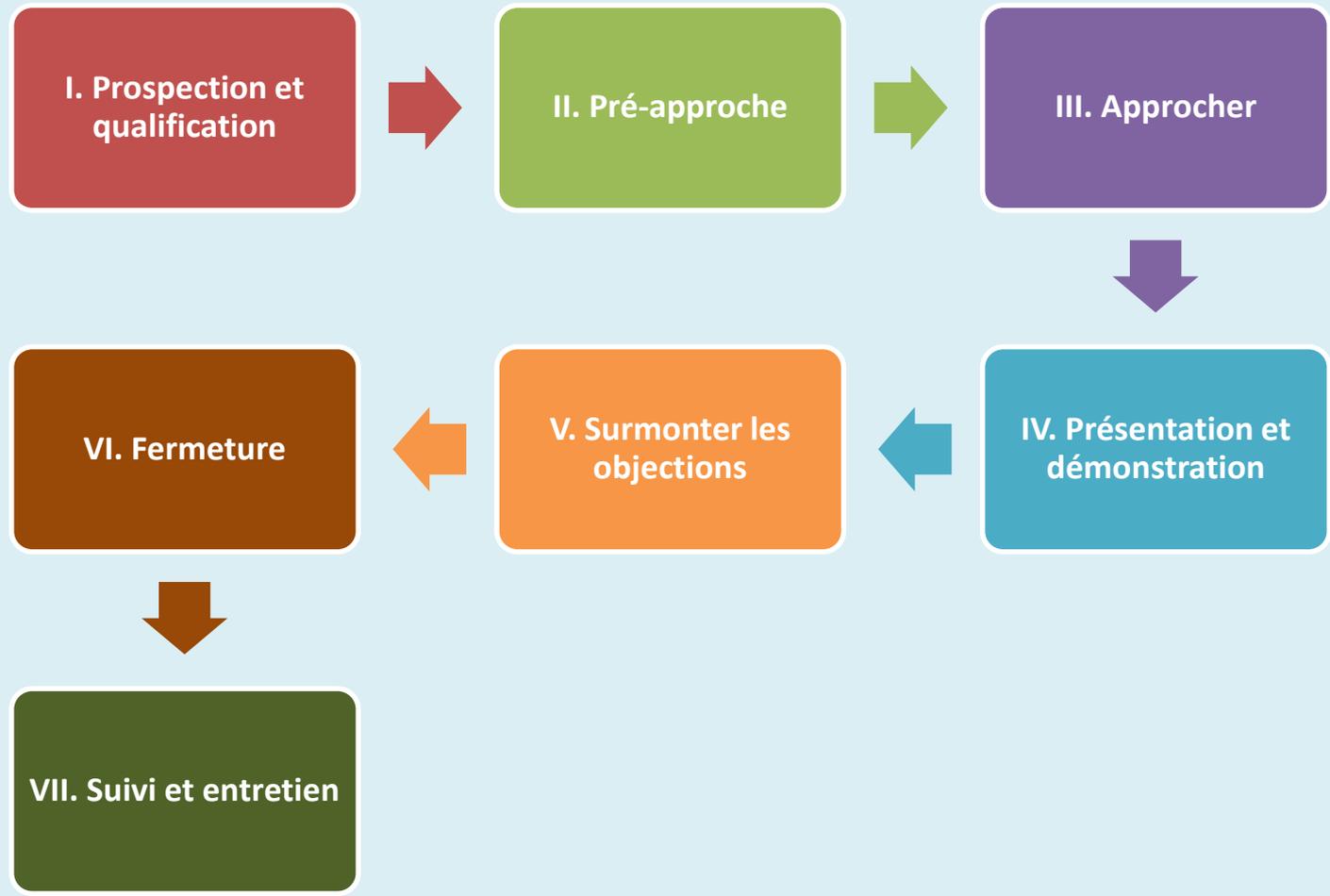


Figure 21.4 :
Principales étapes
d'une vente
efficace

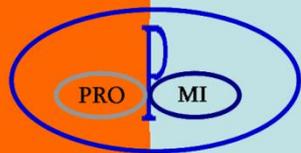


Principes de la vente personnelle

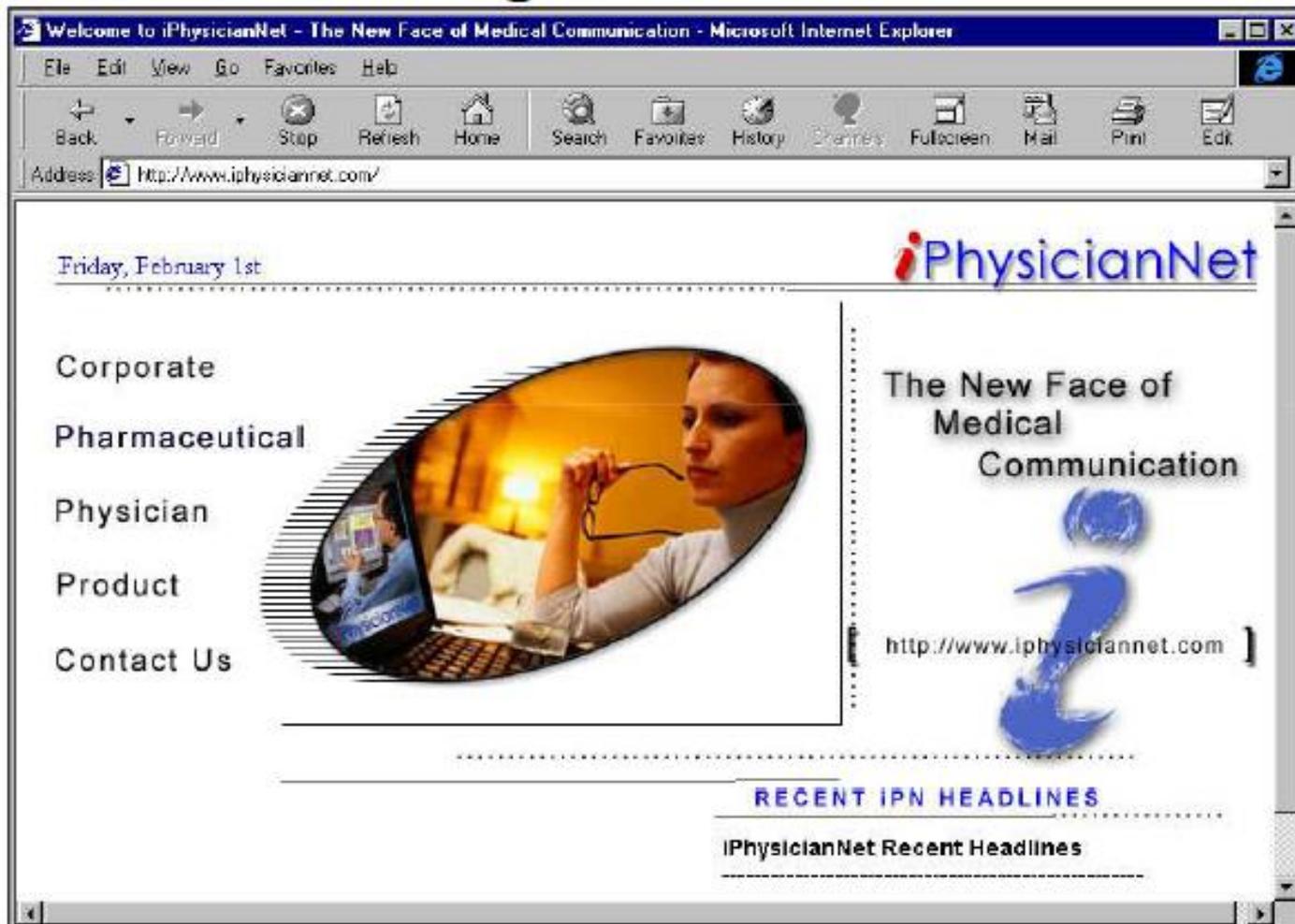


Figure 21.4 :
Principales étapes
d'une vente
efficace

www.booknesta4u.blogspot.com



La page d'accueil d'iPhysicianNet affiche une session de détails vidéo



www.booknesta4u.blogspot.com

+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86

+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86

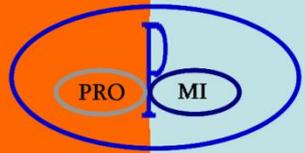
info.propmi@gmail.com

Propmi Strategy & Consulting

www.propmiconsulting.wordpress.com



© Propmi Strategy & Consulting



Principes de la vente personnelle

- **Négociation**
 - **Quand négocier**
 - Lorsque les facteurs portent non seulement sur le prix, mais aussi sur la qualité du service
 - Lorsque le risque commercial ne peut pas être prédéterminé avec précision
 - Lorsqu'une longue période de temps est nécessaire pour produire les articles achetés
 - Lorsque la production est fréquemment interrompue en raison de nombreux ordres de modification
- **Formuler une stratégie de négociation**

www.bookfiesta4u.blogspot.com



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com

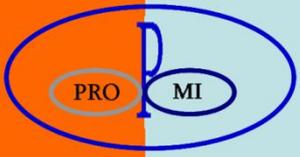


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com

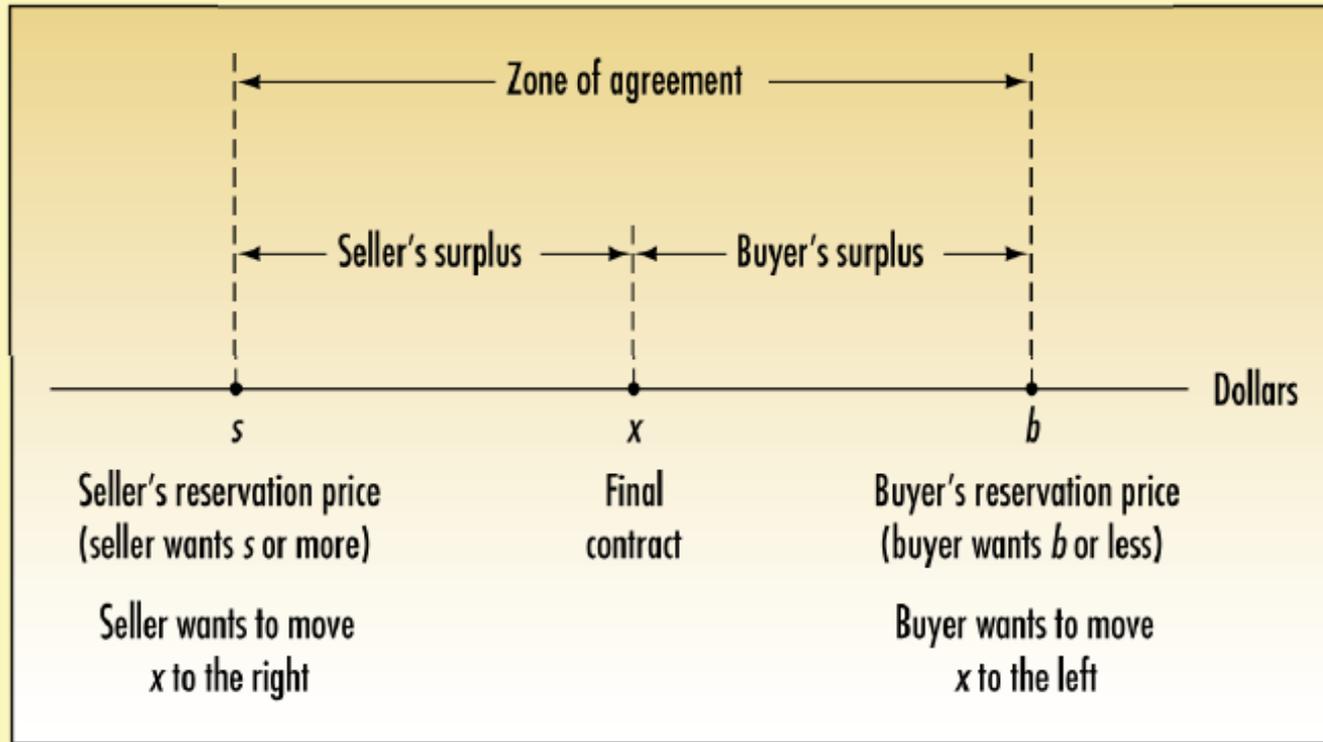




Principes de la vente personnelle

Formuler une stratégie de négociation

Figure 21.5 :
L'accord de zone



www.bookfiesta4u.blogspot.com

© Propmi Strategy & Consulting

+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86

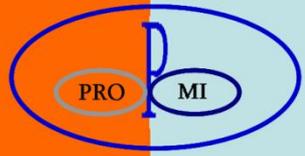
+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86

info.propmi@gmail.com

Propmi Strategy & Consulting

www.propmiconsulting.wordpress.com





Principes de la vente personnelle

Tableau 21.3 : Tactiques de négociation classiques

- **Faire le fou** : Faites bonne figure en démontrant visiblement votre engagement émotionnel envers votre poste. Cela augmente votre crédibilité et peut donner à l'adversaire une justification pour accepter vos conditions.
- **Grand pot** : Laissez-vous beaucoup de marge de négociation. Faites des exigences élevées au début. Après avoir fait des concessions, vous vous retrouverez toujours avec un gain plus important que si vous aviez commencé trop bas.
- **Obtenez un allié prestigieux** : L'allié peut être une personne ou un projet prestigieux. Vous essayez de faire en sorte que l'adversaire accepte moins parce que la personne/ l'objet avec lequel il sera impliqué est prestigieux.
- **Le puits est sec** : Prenez position et dites à l'adversaire que vous n'avez plus de concessions à faire.

www.bookfiesta4u.blogspot.com



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com

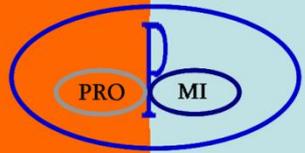


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com





Principes de la vente personnelle

- Marketing relationnel

www.bookfiesta4u.blogspot.com



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com

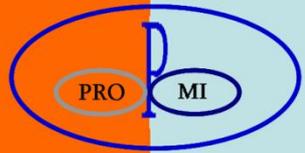


Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com



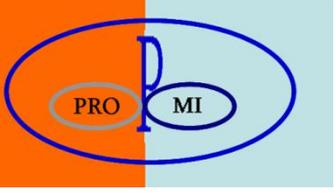


Questions de discussion

Pour de nombreuses organisations, le marketing relationnel est plus important que toute transaction individuelle, car ces relations à long terme peuvent générer une plus grande rentabilité globale.

Serait-il plus facile de convaincre une entreprise d'entrer dans une relation fournisseur-client à long terme si vous lui ***offriez des économies grâce à l'intégration verticale des offres de produits ou à la facilité d'utilisation dérivé d'une large gamme d'offres de produits ?***





www.bookfiesta4u.blogspot.com

© Propmi Strategy & Consulting



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com



[Propmi Strategy & Consulting](#)



www.propmiconsulting.wordpress.com





Questions & REponses

Quelles questions avez-vous?

www.bookfiesta4u.blogspot.com

+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86

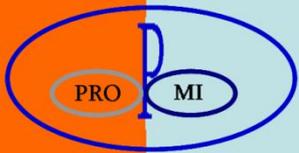
+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86

info.propmi@gmail.com

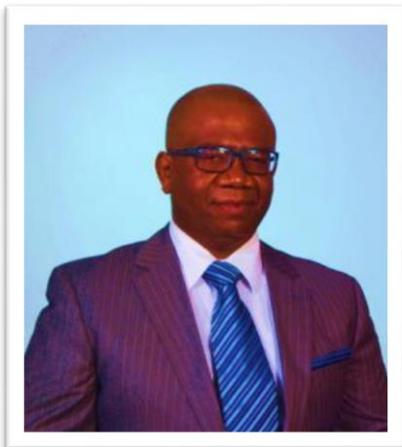
Propmi Strategy & Consulting

www.propmiconsulting.wordpress.com





PROPMI CONSULTING



Félix C. Poudeu

CEO & Co-Founder Propmi Consulting

- Senior Consultant en marketing et développement des affaires
- Spécialiste en EMM Solutions et Gestion de Projet de Marketing
- MBA – (Université de Siegen/Allemagne)
- Expertises: Gestion de Marketing, de Production & de Logistique
Expériences: IBM UK, Vmware Inc., Microsoft, Wundermann, Services Sources Ltd., Rainmaker Limited UK

www.bookfiesta4u.blogspot.com



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



+ 237 6 73 39 82 52 / + 237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com

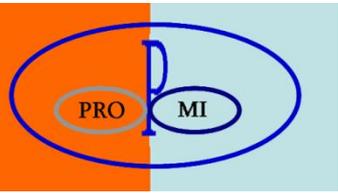


[Propmi Strategy & Consulting](#)



www.propmiconsulting.wordpress.com





Contact Us:

Félix Constant POUDEU

CEO & Fondateur

Consultant en Gestion de Marketing & Ventes
Spécialiste en Développement Commercial

Email: www.propmiconsulting.wordpress.com

Phone: +237 6 73 39 82 52

www.propmiconsulting.wordpress.com



Contact address:

PROPMI CONSULTING

Lycée De Maképé, Rue des Paves,
Carrefour Njohreur, Rue à Droite,
50 Mètres à Gauche
Douala Cameroun

BP: 11526 Douala
Cameroun

www.propmiconsulting.wordpress.com

www.bookfiesta4u.blogspot.com



+237 6 73 39 82 52 / +237 6 58 51 90 86



+237 6 73 39 82 52 / +237 6 58 51 90 86



info.propmi@gmail.com



Propmi Strategy & Consulting



www.propmiconsulting.wordpress.com

