Chapitre 1 Intégrer le fonctionnement de l’unité commerciale

RÉFÉRENTIEL

|  |  |
| --- | --- |
| Compétence | Savoirs associés |
| Recenser les ressources disponibles et les besoins | Les différents types d’UC ; les réseaux et les relations avec le réseau ; l’UC, lieu physique, équipe, ensemble de flux, centre de profit |

Missions

**Mission 1** **Gérer une équipe commerciale**

1. Rédigez une note à l’attention de Léa qui regroupe les principales difficultés des salariés dans leur travail.

Les principales difficultés :

* mauvaise connaissance des produits et des procédures (technicité) des téléconseillers ;
* difficultés de recherche dans le système informatique actuel ;
* système lent, non intuitif ;
* manipulations superflues ;
* fiches techniques non mises à jour ;
* problème sur le rappel des clients. Les engagements ne sont pas tenus ;
* Léa est omniprésente, ce qui freine la prise d’initiative ;
* des logiciels sans lien en interne ;
* aucun extranet avec les revendeurs.

Conclusion : les téléconseillers ne font pas entièrement confiance au système d’information actuel qui semble avoir atteint ses limites. Ainsi, ils préfèrent demander afin de ne pas prendre de risque.

2. Complétez cette note en proposant des solutions à chacune des difficultés identifiées et indiquez quel type d’organisation il faudrait mettre en place.

* Mauvaise connaissance des produits et des procédures : il faut mettre en place une formation continue des salariés sur la technicité des produits, prévoir une formation technique dès l’embauche sur les produits (et le logiciel).
* Difficultés de recherche dans le système informatique actuel : il faudrait revoir toute la base de données des fiches techniques pour que la recherche soit plus facile (axée utilisateur et non pas ingénieur).
* Système lent, non intuitif : voir comment booster l’intranet.
* Manipulations superflues : revoir (mettre à plat) le cheminement du téléconseiller lorsqu’il a un client en chat ou au téléphone afin d’enlever les étapes non essentielles.
* Fiches techniques non mises à jour : nommer une personne responsable de cette mission. Mise à jour en temps réel dès que possible.
* Problème sur le rappel des clients : faire revoir cette fonctionnalité par le responsable du système d’information actuel.
* Omniprésence de Léa : mettre en place des procédures de résolution de problèmes que chacun devra utiliser. Léa devrait également faire davantage confiance.
* Des logiciels sans lien en interne : voir comment travailler un logiciel commun, une base de données commune.
* Pas d’extranet : créer un extranet.

Mais ceci ne semble possible que si le système d’information actuel est modernisé afin que les collaborateurs aient les informations nécessaires pour pouvoir répondre aux demandes de clients de façon efficiente et sans avoir peur de se tromper. C’est donc le second modèle de développement qu’il faudrait privilégier.

**Mission 2** **Gérer une structure commerciale**

3. Dans un mail, expliquez à Léa et Romain les différences entre le multicanal, le cross-canal et l’omnicanal.

|  |
| --- |
| De : [stagiaire@oxyplus.fr](mailto:stagiaire@oxyplus.fr)  À : [lea.duf@oxyplus.fr](mailto:lea.duf@oxyplus.fr) ; [romain.tez@oxyplus.fr](mailto:romain.tez@oxyplus.fr)  Objet : quid multicanal/cross-canal/omnicanal |
| Bonjour Léa et Romain,  Comme convenu, voici une rapide présentation sur les différences entre le multicanal, le cross-canal et l’omnicanal.   * Le multicanal est le fait, pour une entreprise, d’avoir plusieurs canaux de distribution mais avec des logiciels et des bases de données différentes qui n’ont pas de lien entre elles. C’est notre cas aujourd’hui. * Le cross-canal permet à l’équipe de faire des liens entre les différents canaux, mais sans pour autant avoir un système d’information commun. Les frontières entre les différents canaux s’estompent. Ce serait le cas si le call center pouvait avoir accès aux informations des clients du site Internet. * L’omnicanal permet à tous de travailler sur la même base de données (une mégabase de données) avec des logiciels identiques. Mais pas seulement. Le client aussi a accès aux informations qui le concernent. Cela permet à la fois un meilleur service au client, une meilleure expérience client et une équipe plus efficiente.   Bien cordialement.  *Le stagiaire* |

4. Représentez les différents canaux composant la structure de l’entreprise sous forme de schéma.

5. Rédigez un compte rendu de votre entretien avec le prestataire informatique dans lequel vous indiquerez les grandes étapes de la mise en place d’une stratégie omnicanale chez Oxyplus en même temps que le showroom.

1. Mettre à plat le système actuel. Avec l’ensemble des salariés (hotline et site Internet), définir le cheminement client.
2. Définir l’ensemble des informations nécessaires au client (interface client).
3. Définir l’ensemble des informations nécessaires pour la vente, l’installation, la facturation, le suivi, quel que soit le point de contact client.
4. Retravailler l’ensemble des fiches techniques, celles-ci doivent pouvoir être mises à jour en temps réel.
5. Réfléchir aux documents de synthèse dont les collaborateurs ont besoin pour suivre leur propre activité et ceux dont les gérants ont besoin pour suivre l’ensemble des collaborateurs.
6. Former l’ensemble de collaborateurs au nouveau système.

**Mission 3** **Gérer un réseau commercial**

6. Listez les documents dont les revendeurs/installateurs ont besoin pour mener à bien leur mission.

* Fiche pour les installateurs mais pouvant être laissée chez le client et qui indique les éléments dont la maintenance est importante, ainsi que la liste des consommables qu’il faut changer.
* Mode d’emploi simplifié de mise en route, des pannes courantes et de quoi faire.
* Tableau qui fait le lien entre les références des produits et les consommables ; en faire une ILV chez les revendeurs qui pourront s’en servir, tout comme les clients.
* Document avec les codes pannes afin de donner la procédure de résolution aux revendeurs et indiquer quand une intervention technicien est requise.

7. Proposez une organisation de l’espace revendeur sur le site Internet.

Cet espace revendeur devra être accessible grâce à un identifiant et un mot de passe.

Il faudrait qu’il y ait différents onglets :

* les commandes et leur suivi ;
* la consultation des stocks ;
* la documentation technique, le mode d’emploi et les codes pannes avec procédure ;
* le document client à compléter.

Entraînement

**Exercice 1**

1. Identifiez les problèmes rencontrés.

* Au niveau du matériel : ordinateur lent à démarrer, documents qui mettent du temps à se charger.
* Au niveau logiciel : recherche fastidieuse (numéro de commande et pas nom du client), différents tableaux à consulter, pas de synchronisation entre le site, l’application et les tableurs en interne.
* Au niveau organisationnel : livreurs non équipés d’outils informatiques, Fatima n’est pas informée s’il y a du retard et ne peut donc pas en informer à son tour le client.

2. Indiquez quelles pourraient être les solutions.

Il faudrait mettre en place une solution omnicanale avec une base de données commune exploitée par des outils différents :

* un site et une application pour les clients ;
* une application pour les livreurs ;
* un logiciel spécialisé dans la livraison.

Chaque personne (client, livreur, Fatima, manager) aurait des droits différents et un accès aux informations pertinentes pour chacune d’elles.

**Exercice 2**

> Identifiez les éléments-clés à inclure dans ce document.

* Client omnicanal qui passe d’un outil de communication à un autre et s’attend à ce que l’entreprise soit capable de faire la même chose (notion d’entreprise agile).
* L’omnicanal permet la personnalisation de la relation.
* L’entreprise doit être capable de récolter les informations et de les stocker dans un endroit unique afin de pouvoir être partagées et surtout utilisées quand cela est nécessaire.
* Le digital est le premier point de contact avec le client.
* Expérience client personnalisée : fidélisation de la clientèle.

**Exercice 3**

> Préparez le document de synthèse qui sera remis à chaque membre de l’équipe.

Grâce à l’omnicanal, en tant que vendeurs, vous pourrez :

* être aussi connecté que le client. Vous aurez accès aux informations sur le client, sur les anciens achats et vous aurez accès aux échanges entre les points de vente et le client ;
* être plus proche du client. La vente se préparera plus facilement, mais il sera également possible de rester en contact avec un client hésitant ;
* devenir un véritable coach dans l’expérience client, puisque vous ne ferez pas que vendre, vous accompagnerez le client.

Pour cela :

* chaque membre de l’équipe commerciale sera équipé d’une tablette qui sera reliée à Internet et au logiciel de gestion client par le biais d’une application sur laquelle chacun sera formé ;
* le système de rémunération sera ajusté car ce n’est pas le chiffre d’affaires individuel qui prévaut mais bien l’expérience client.