

AlgoBreizh

Cadre du projet :
Suivi clients

Table des matières

Un grand chantier : le suivi clients.....	3
Du plan aux outils.....	4
La relation Client.....	4
Donner la main aux clients distributeurs.....	4
La visite des clients.....	5
Les visiteurs et les autres services.....	5
La remontée d'informations.....	5
Responsabilités.....	5



Un grand chantier : le suivi clients

La conjoncture peu favorable depuis la crise des subprimes, en 2008, amène AlgoBreizh à renforcer sa présence commerciale et sa communication auprès des distributeurs, tant en direction de ceux-ci qu'en remontée d'informations à partir d'eux.

Les clients directs de l'entreprise sont les magasins distribuant ses produits au consommateur. Ces magasins passent commande auprès du service *Ventes*, qui transmet les demandes au service *Expéditions*. Du fait qu'AlgoBreizh n'a pas un accès direct à son acheteur final, les informations que l'entreprise peut avoir sont de deuxième main. De ce fait, les visites faites par l'équipe commerciale aux distributeurs est primordiale pour la bonne adéquation de la politique marketing de l'entreprise au marché. Par ailleurs, la fidélisation des distributeurs et leur association plus étroite au processus de commercialisation sont essentielles à la réussite de l'entreprise.

Dans cette optique, un nouveau plan de développement commercial a été défini, qui se décline en plusieurs actions significatives :

- Donner aux distributeurs un accès à un site web de e-commerce leur permettant de passer et de gérer leurs commandes en ligne comme pour un site de e-commerce grand public mais avec un accès restreint aux distributeurs des produits d'algobreizh et avec des fonctionnalités réduites (pas de paiement en ligne par exemple).
- Assurer un meilleur suivi des distributeurs par les commerciaux, grâce à des visites plus régulières. L'accent est mis sur la visite en priorité des clients ayant été visités depuis le plus longtemps.
- Améliorer la connaissance des clients finaux, qui passe aussi par une remontée d'informations des commerciaux depuis le terrain, au travers de meilleurs comptes-rendus.

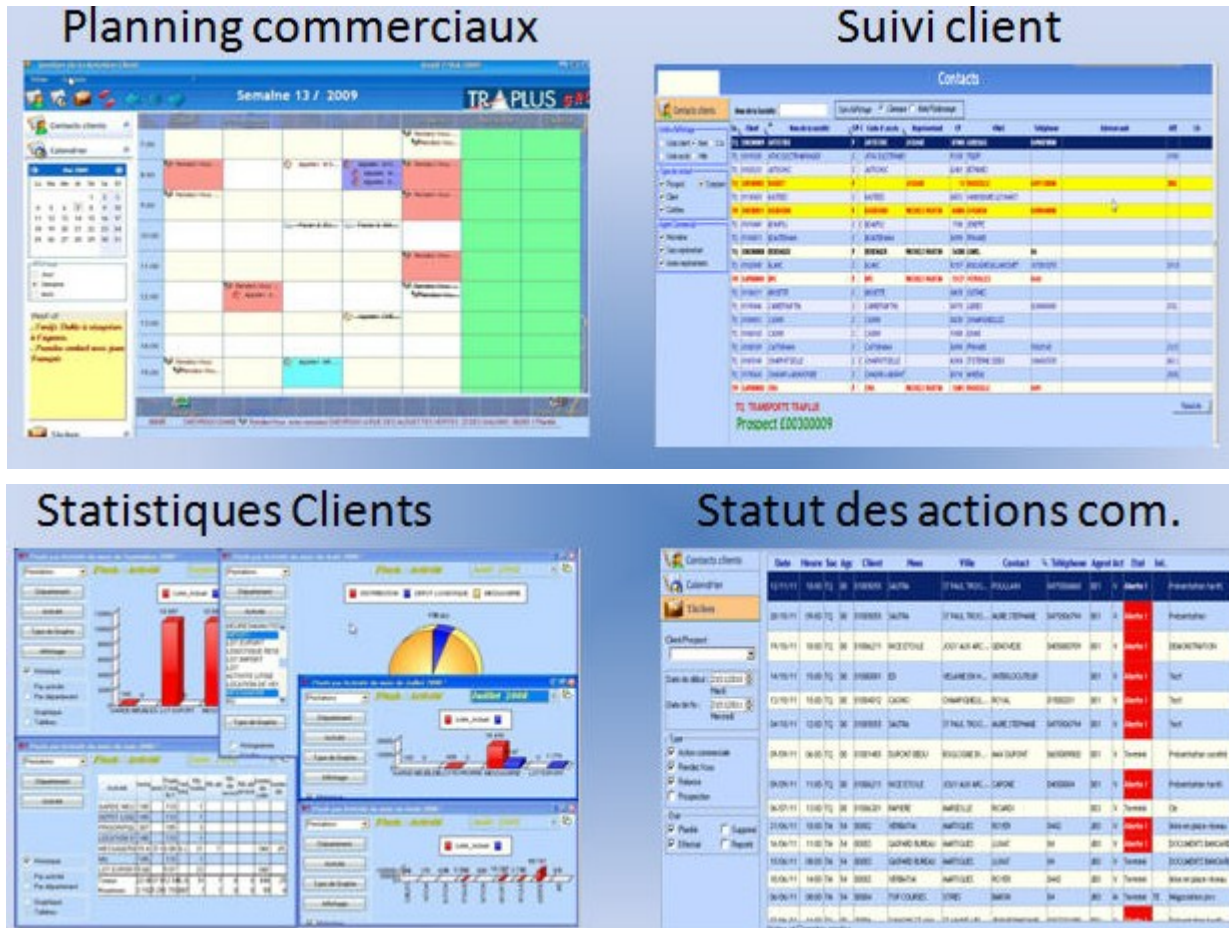
Pour les aspects techniques relatifs à ce plan de développement commercial, AlgoBreizh s'appuie notamment sur les recommandations figurant dans le texte ci-joint¹.

1 ActionCo.fr - L'informatisation des commerciaux - une priorité.pdf



Du plan aux outils

L'entreprise souhaite disposer de certaines des fonctionnalités offertes par les outils de gestion de force de vente du marché (tels que ci-dessous), mais qui ne correspondent pas à la problématique spécifique de AlgoBreizh :



La relation Client

AlgoBreizh a deux grands types de clients :

- le client final, qui va consommer nos produits ; l'entreprise n'a pas d'accès direct à celui-ci, car il ne passe pas ses achats à AlgoBreizh ; il va acheter le produit dans un commerce (grande surface ou commerce plus spécialisé).
- le revendeur, qui offre les produits AlgoBreizh à leurs propres clients, soit dans une surface de vente en libre service, soit dans un magasin plus encadré ; il est le client direct d'AlgoBreizh, puisqu'il passe commande auprès de l'entreprise ; c'est lui qui intéresse la société et va être la cible des nouvelles relations commerciales.

Donner la main aux clients distributeurs

Une première action envisagée pour approfondir la relation entre AlgoBreizh et ses clients est de leur offrir des services accessibles depuis le Web, afin qu'ils se sentent mieux associés au processus marchand allant d'AlgoBreizh au consommateur.

Le comité stratégique de l'entreprise a étudié différentes options de nature à rapprocher les



commerçants, et l'axe finalement retenu est de donner davantage la main aux distributeurs. L'application envisagée est un site Web sécurisé leur permettant de passer commande eux-mêmes sur le site.

==> **Paquet DEV-01 : module Commandes en ligne**

La visite des clients

Chaque commercial rend régulièrement visite aux différents commerces distribuant les produits aux algues de l'entreprise.

Une visite a pour objet de faire le point sur les ventes réalisées par le magasin depuis la dernière visite, la présentation des produits et leur bonne mise en avant dans les rayons, ainsi que la résolution des difficultés rencontrées par le distributeur, à l'achat, à la livraison et à la revente (auprès des consommateurs finaux). La visite peut être l'occasion, pour ce dernier, de renégocier les rabais et ristournes dont il bénéficie, au vu du chiffre d'affaires réalisé et de la valeur ajoutée des produits qu'il vend le plus.

Les visiteurs et les autres services

Les rendez-vous des commerciaux chez les distributeurs sont actuellement pris par les téléprospecteurs du service *Ventes*, au vu des commandes passées par chaque distributeur. La situation géographique des magasins n'est pas bien prise en compte par ce service, et cette tâche prend du temps aux opérateurs, temps qu'ils ne consacrent pas à leur activité principale ; par ailleurs, la mauvaise conception des tournées fait faire beaucoup de kilomètres aux commerciaux, ce qui est coûteux (cf. exemple de note de frais dans le dossier des frais) et diminue le temps qu'ils passent avec les revendeurs ; dans le cadre d'un programme de réduction des effectifs, lié au basculement des commandes sur un site Internet, où les magasins peuvent directement passer leurs achats, il devient nécessaire de transférer cette tâche de rendez-vous aux commerciaux. Ceux-ci seront ainsi en mesure d'établir leur circuit de façon optimale.

==> **Paquet DEV-02 : module Préparation des visites**

La remontée d'informations

Les revendeurs et distributeurs récupèrent une information directe sur le terrain. Ceci concerne aussi bien la perception des produits et de la communication commerciale par les consommateurs que l'acceptabilité des prix, ou encore les éventuels problèmes rencontrés liés au circuit de livraison, etc. Ces informations, qui intéressent directement le service *Commercial* ne sont actuellement pas systématiquement remontées à l'entreprise, ou elles le sont dans des délais jugés trop longs. Le service *Production* souhaite lui aussi avoir des remontées plus régulières et directes, afin de mieux anticiper les quantités à produire. Une information plus détaillée permettra également au service *R&D* d'engager des réflexions sur des produits complémentaires. La direction d'AlgoBreizh souhaite donc équiper les commerciaux d'un outil facilitant la prise de notes lors des rendez-vous et leur remontée automatique auprès des services concernés. La généralisation des tablettes fait de celles-ci un support idéal pour cet usage.

==> **Paquet DEV-03 : module Compte-rendu**

Responsabilités

Les équipes **Développement** du prestataire informatique auront notamment à produire puis à fournir les éléments applicatifs permettant :

- l'accès des clients à leurs commandes
- la sélection des clients à visiter
- l'enregistrement d'informations revendeurs



Les **équipes Réseau et système** du prestataire informatique fourniront les équipements et configuration réseau, ainsi que les ressources serveur nécessaires à héberger les applications mises à disposition de l'équipe commerciale.

