|  |  |
| --- | --- |
| gestion de la force de venteTP1 | Shizhong Ding |

Shizhong Ding

GESTION DE LA FORCE DE VENTE

571-RV4-AS gr.94341

TP1

Travail présenté à Amélie Dubé

Collège LaSalle

Mardi 16 octobre 2018

Tableau des matières

* Introduction……………………………………………………………….…4
* Description d’un bon représentant commercial………………..……….4-5
* Connaissance des différents types de salaires………………...……….6
* Connaissance des différents types de marketing :………....…………..6-7
* Présentation des différents langages de communication dans le domaine commercial…………………………………………………………….……7-8
* Connaissance des changements possibles du point de vue du marchéage (*marketing mix*) …………………………………………………………….8-10
* Conclusion…………………….………………………………….………….10
* Bibliographie…………………………………………………………...…….11
* Introduction

Tout d’abord, je suis une directrice commerciale dans l’entreprise de mode. Notre objectif est de montrer nos échantillons désignés à nos clients. Si nos clients satisfont de notre concept, ils commandent nos produits avec les grosses quantités. C’est pourquoi je dois embaucher dix représentants commerciaux pour accroître les performances de mon entreprise.

* Description d’un bon représentant commercial :

**La première qualité : La conscienciosité**

Les personnes consciencieuses sont généralement organisées et efficaces. Ce type de gen est souvent travailleur et fiable pour mener bien les travaux. Si nos représentants peuvent défendre un esprit responsable, une attitude de persévérance, ils sont capables de suivre et respecter du contrat, de négocier prudemment et clairement avec les clients et de continuer à travailler sur la bonne direction. Cette qualité peut conduire à une excellente coopération dans une équipe.

**La deuxième qualité : La confiance**

La confiance est une qualité très importante surtout dans le domaine commercial. Tout d’abord, un représentant confiant a généralement beaucoup de connaissances et d’expériences sur le secteur concerné. Par la suite, il prouvera qu’il peut se comprendre parfaitement, connaître ses propres faiblesses afin d’améliorer et d’être passionné dans son travail. Aussi, il suscite l’enthousiasme des gens qui l’entourent et il présente une impression positive aux clients.

**La troisième qualité : La force de la communication persuasive**

Un représentant qui est fort à communiquer persuasivement, il présente généralement un quotient émotionnel dans un niveau élevé. Quand il négocie avec les gens, il peut rapidement comprendre la psychologie des clients, capturer les points essentiels du problème dans le processus de négociation et expliquer clairement ses propres idées à ses clients. Il peut aussi dissiper les soucis de ses clients afin de les convaincre.

**La quatrième qualité : L’esprit ouvert**

Un excellent représentant devrait avoir l’esprit ouvert, et il est capable d’apprendre rapidement de nouvelles connaissances. Dans le processus de marketing, il est fort en résumé et analyse afin d’améliorer constamment les méthodes de travail. Aussi, il est flexible en termes de temps et de personnalité personnelle.

En somme, le portrait du représentant de vente est aussi le portrait de l’entreprise. Ces qualités sur le représentant commercial illustre l’impression au client que la décision d’achat est correcte.

* Connaissance des différents types de salaires :

Par rapport à la solution de la rémunération des représentant, c’est un bon choix si je paie le salaire fixe plus une commission à mes représentants commerciaux. Cette mode de paiement pourrait encourager mes représentants à faire plus d’effort. En outre, je dois aussi payer le prime comme si mes représentants doivent travailler à autre ville pour l’entreprise ou s’il y a les risques liés aux conditions de travail.

* Connaissance des différents types de marketing :

Effectivement, le stratégie push consiste à promouvoir les produits sur le marché cible par les représentants commerciaux. Par rapport à mon entreprise, les représentants commerciaux doivent promouvoir nos échantillons aux intermédiaires et collecter les commandes à travers ces intermédiaires. Mes représentants doivent maîtriser de nombreuses façons de vente. Par exemple, nous pouvons directement visiter à nos anciens clients (les magasins, les entreprises commerciaux, les détaillants, etc.) que nous avons déjà collaboré ainsi que nous pouvons à la fois développer de nouveaux clients.

* Présentation des différents langages de communication dans le domaine commercial

Évidemment, les différents langages de communication sont importants dans le secteur commercial, telles que la communication verbale et la communication non-verbale.

**Communication verbale :**

La communication verbale dans le secteur commercial est faite de mots en comprenant la parole, les messages en papier ou les messages électroniques avec les clients. Nos représentants doivent faire la communication verbale polie, sincère et claire à comprendre.

**Communication non-verbale :**

« La communication non verbale est faite de tous les éléments de communication qui ne relèvent pas de mot : timbre de la voix, intonation et débit, distance physique, allure vestimentaire, posture du corps, gestuelle, poignée de main, expressions du visage, absence de réaction, etc. » Ce langage accompagne avec la communication verbale. Par exemple, dans le secteur commercial, les représentants commerciaux doivent porter les vêtements convenables, présenter le sourire confient, écouter des clients en patience, etc.

Bref, durant le processus de communication aux clients, les deux langages de communication s’aident conjointement afin d’inciter une vente efficace.

* Connaissance des changements possibles du point de vue du marchéage (*marketing mix*)

Notre clientèle cible est pour les femmes de 25 à 35 ans qui aime la « slow-fashion ». Elles commencent à travailler au bureau et n’ont pas beaucoup de revenues en ce moments. Aussi, elles aiment les produits biologiques et organiques. Maintenait, la concurrence sur le marché est compétitive. C’est pourquoi nous devons affecter le marchéage de mon entreprise pour répondre aux besoins de la clientèle cible.

**Produit :**

La qualité de nos produits est dans la moyenne gamme. Nous utilisons les matières biologiques ainsi que notre couture est bonne. De plus, le style chez mon entreprise est classique et urbain.

Pour cela, nos produits peuvent facilement approcher le concept de nos clients et répondre aux leurs besoins.

**Prix :**

En raison que notre entreprise utilise les matières biologiques et la couture fine, notre coût direct est généralement élevé. Mais notre clientèle cible n’a pas beaucoup d’argents, donc il faut contrôler le coût d’exploitation dans mon entreprise. Pour cela, mon entreprise pourrait donner le prix convenable aux clients. Aussi, mon entreprise pourrait quand même avoir un bon profit.

**Distribution:**

Pour mieux collecter plus de commandes, nous devons établir la relation avec beaucoup de distributeurs en gros, de détaillants ou de magasins. Dans la vie d’aujourd’hui, notre clientèle cible est active dans les sociaux électroniques. C’est pourquoi notre entreprise doit aussi focus sur le commerce électronique. Nous pouvons non seulement établir notre propre site-web, mais également joindre aux autres plateformes de commerce électronique comme Amazon, EBay, Alibaba, etc. Ainsi, nous pouvons directement contacter à notre clientèle cible et enlever le lien intermédiaire. À travers ces canaux de distribution, nous pouvons bien vendre nos produits afin d’attirer plus de clients les aiment et les achètent.

**Communication :**

La communication est une étape très importante. Dans le processus de collection, nous avons plus d’options pour collecter plus de commandes :

1. Visiter les clients directement.
2. Organiser un « showroom » pour inviter mes clients à joindre et passer une commande.
3. Publier la publicité de la prévente.

Dans le processus de vente, nous pouvons aussi annoncer la publicité, faire la promotion et organiser plus d’éléments aux boutiques physiques et en ligne afin d’approcher la distance de notre clientèle cible et augmenter la fidélité de mon entreprise.

Bref, notre stratégie du marchéage peut bien répondre aux besoins de notre clientèle cible ainsi que notre entreprise réalise de notre propre profit.

* Conclusion

En conclusion, un représentant est un poste important dans le secteur commercial. C’est pourquoi je dois évaluer les qualités de représentant durant le processus de recrutement et payer le salaire convenable à mes représentants. De plus, des certains conseils de vente peuvent facilement aider mes représentants à mieux promouvoir nos produits et à apporter des profits pour l’entreprise.

Bibliographie :

1. <https://www.google.ca/search?q=gestion+de+la+force+de+vente&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjW9ZDNxYzeAhVItlkKHRvGAkQQ_AUIDigB&biw=1440&bih=790>
2. <https://www.lynx-rh.com/actualites-recruteur/les-5-qualites-du-tres-bon-recruteur/>
3. <http://doc.mbalib.com/view/d6916b2a6e46158c09186ef0ba0eba70.html>
4. [https://baike.baidu.com/item/推动策略](https://baike.baidu.com/item/%E6%8E%A8%E5%8A%A8%E7%AD%96%E7%95%A5)
5. Livre « REP. La vente en action »
6. [https://baike.baidu.com/item/市场营销组合](https://baike.baidu.com/item/%E5%B8%82%E5%9C%BA%E8%90%A5%E9%94%80%E7%BB%84%E5%90%88)