

<i>DIRE CE QUE L'ON VEUT, DIRE CE QUE L'ON FAIT, FAIRE CE QUE L'ON DIT</i>		
MAQ Management Qualitatif	MANUEL DE MANAGEMENT QUALITATIF	numéro : 06.03 version : 1 date : 07/2007 page : 01/01
Procédure	<i>Le directeur commercial</i>	

Introduction

Une entreprise qui ne vend plus rien pendant trois mois, ne peut plus rien facturer et se retrouve en cessation de paiement. Or il arrive qu'une entreprise de bâtiment ne vende rien pendant trois mois.
L'animation commerciale est donc une nécessité de survie à court terme de toute entreprise de bâtiment.

Dans un créneau d'activité strictement identique, on constate que telle entreprise gagne très bien sa vie année après année, alors que telle autre est toujours à la limite du dépôt de bilan.

De telles différences ne peuvent s'expliquer uniquement par des facteurs techniques.

Une différence de résultat supérieure à 10 % de la production ne peut s'expliquer que par une différente façon de commercer.

Si on vend la même chose que les autres, on fait la différence par le prix.

Il est préférable de vendre sa différence. Pour cela il faut *«faire du commerce autrement»*.

La mission essentielle du directeur commercial est de :

"définir et mettre en œuvre une stratégie commerciale qui amène du profit à l'entreprise".

La stratégie commerciale

Elaborer une stratégie commerciale consiste à :

- ↑ identifier des couples produit-marché où l'entreprise possède un avantage concurrentiel ;
- ↑ construire des outils de négociation pour ses produits (catalogue, argumentaire, documentation, etc..) ;
- ↑ établir des objectifs commerciaux chiffrés en devis et commandes ;
- ↑ sélectionner les prospects susceptibles de devenir des clients ;
- ↑ construire un plan de communication vers les prospects sélectionnés ;
- ↑ offrir à chaque prospect un négociateur compétent qui saura répondre à son attente, et sentir la future marge pour l'entreprise ;
- ↑ **vendre le maximum avec le profit maximum dans la qualité adaptée au client.**

Dans une entreprise de bâtiment familiale, le directeur commercial est en général le patron.

C'est au patron de savoir ce qu'il veut faire de son entreprise.

C'est au patron d'élaborer une stratégie commerciale et des plans d'action commerciaux annuels.

L'animation commerciale

Le directeur commercial assume trois fonctions :

- ↑ la prospection commerciale avec le secrétariat commercial ;
- ↑ l'établissement des devis avec ses métreurs ;
- ↑ la négociation et la vente avec ses **vendeurs**, qui dans notre métier sont toujours des technico-commerciaux.

Le directeur commercial anime son équipe à l'aide :

- ↑ du tableau de bord hebdomadaire des devis et des commandes ;
- ↑ de la réunion hebdomadaire avec chaque membre de l'équipe commerciale ;
- ↑ mensuellement : le tableau de bord, la réunion commerciale et le point de la prospection ;
- ↑ de la tournée mensuelle d'accompagnement de chaque vendeur.

Gérard GEORGEAULT

Ça ne sert à rien d'avoir raison, si on n'a convaincu personne !

Richard WELTZ