

Mettez-le en Pratique !

La newsletter de Philip Anderson



EDITO

L'heure est aux échanges !

L'heure est aux échanges ! Sources intarissables d'idées, ils apportent une énergie propice au changement et au développement de l'entreprise. Dans le cadre d'une mission chez un client, d'une conférence ou d'une rencontre dans un groupe de travail, je suis toujours à l'écoute des informations pertinentes et des innovations performantes.

Pour vous faire partager ces échanges et surtout vous donner envie de mettre en pratique de bonnes idées, je vous propose de nous retrouver tous les deux mois dans les pages de cette newsletter.

Quels thèmes y seront abordés ? L'organisation, le management d'équipe et de réseau commercial, les techniques de vente et le recrutement, les 4 piliers du développement commercial. Mon rôle est d'identifier dans les TPE les points à améliorer dans tous ces domaines et les solutions à mettre en oeuvre. C'est ainsi que depuis 20 ans, j'accompagne les professionnels de l'habitat dans leur croissance commerciale.

Et c'est à partir de ces expériences que se construisent les articles que vous allez découvrir dans ces pages et retrouver sous une version détaillée sur le site www.philip-anderson.com. Cap sur la reprise d'entreprise, l'amélioration des performances d'une équipe de vente, l'intérêt de faire partie d'une association, d'un groupement, d'un réseau de concessionnaires ou de franchisés, ou de recruter sous contrat de professionnalisation !

Bienvenue donc dans les pages de cette newsletter ! Je forme des vœux pour que ces reportages et ces témoignages contribuent à accroître les performances commerciales de votre entreprise. Soyez nombreux à prendre une longueur d'avance !

Philip Anderson
Conseil et formateur
en développement commercial

Dossier du mois

Un repreneur heureux !

► **450 000** entreprises devraient changer de main en France au cours des 10 prochaines années. Dans le cycle de vie de l'entreprise, c'est une étape naturelle, qui se prépare 5 à 10 ans à l'avance. Le repreneur quant à lui assure la pérennité de la structure et apporte un regard neuf. Laurent Devaud dirige depuis 18 mois une entreprise transmise au moment du départ à la retraite du gérant. Témoignage.

Lorsqu'il entend parler de la cession d'une agence Renault en Haute-Savoie, Laurent Devaud se porte candidat à la reprise. Pendant une quinzaine d'années, il a vendu des voitures de la même marque, auprès de concessionnaires et à son compte. Cette solide expérience du secteur automobile, la connaissance des habitudes d'achat de véhicules ainsi qu'un goût prononcé pour le commerce de proximité confèrent à son projet une forte crédibilité. Le dirigeant et lui se connaissent bien. Malgré ces points forts, il lui faudra convaincre M. Vauthier de sa polyvalence et instaurer un climat de confiance totale.

Déléguer, communiquer, fédérer

Six mois plus tard, son prédécesseur part à la retraite en lui transmettant une entreprise en bonne santé de 11 salariés. Doté de capacités à manager et à organiser, ce chef d'entreprise de 38 ans commence par responsabiliser l'équipe de travail et faire circuler les informations, les chiffres-clés et les projets. Le changement se fait en

douceur. Lorsque l'organisation du temps de travail doit être modifiée, le nouveau gérant explique et parvient à convaincre les salariés. «Le prévisionnel ayant été établi sur la base d'une ouverture de l'agence 6 jours sur 7, il était nécessaire de travailler le samedi.» Les salariés ont adhéré à ce changement.

Anticiper les attentes de la clientèle

Dès les premiers mois, Laurent Devaud met en oeuvre une stratégie : satisfaction et fidélisation des clients. Il se positionne résolument sur le créneau des services (carrosserie, réparation, location de véhicules) et du conseil (information, prévention, devis) Car Laurent Devaud l'a bien compris, le nerf de la guerre, pour toute entreprise, c'est une clientèle nombreuse et fidèle à la marque. Pour que les clients renouvellent leur achat, il est indispensable d'entretenir une relation et d'offrir la gamme de services dont ils peuvent avoir besoin. A cette stratégie s'ajoute le sens de l'écoute, du dialogue, une équipe soudée et consciencieuse.



Le chiffre d'affaires prévu a été multiplié par 3. Mais la plus grande satisfaction de Laurent Devaud, c'est d'avoir gardé des liens avec son prédécesseur, qui revient dans l'entreprise pour le remplacer pendant ses congés !

Des atouts qui permettent aujourd'hui à l'entreprise de figurer parmi les 80% de reprises réussies !

A lire, l'article «Les clés d'une transmission d'entreprise réussie» et la fiche pratique de Philip Anderson sur le site

www.philip-anderson.com

Vite et vrai ... Vite

► Le contrat de professionnalisation

Le contrat de professionnalisation Vous souhaitez recruter un salarié en contrat de professionnalisation ? C'est une bonne idée ! Ce contrat, mis en place le 1er octobre 2004, concerne les jeunes de moins de 26 ans sans qualification professionnelle ou voulant compléter leur formation initiale afin d'accéder aux métiers souhaités. Il concerne aussi les demandeurs d'emploi. Il s'agit d'un CDD de 6 à 12 mois ou CDI, avec une période de professionnalisation de 6 à 12 mois. Ces durées peuvent être portées à 24 mois dans certains cas, en fonction d'un accord de branche, ou, à défaut, interprofessionnel.

Pour en savoir plus : www.agefos-pme.com

REVUE DE PRESSE

Deux magazines consacrent un article sur le thème de la reprise d'entreprise :

► **Repreneur** de juillet-août 2004 : «Y a-t-il un prix de marché et comment le calculer ?»

► **Management** de septembre 2004 : «Comment trouver la bonne affaire»



Mes clients en direct

Marie-Claude Savignac et Jean-Marc Girard-Reydet > Arthur Bonnet



Les actions isolées ne sont jamais efficaces. Pour que chacun œuvre dans le même sens, un esprit d'entreprise solide est indispensable. Même dans une très petite entreprise !

Pour que la qualité soit au cœur de l'entreprise, des méthodes de travail rigoureuses sont nécessaires. Même dans une équipe de vente ! Cette recette, Marie-Claude Savignac et Jean-Marc Girard-Reydet l'appliquent dès cette année dans l'espace Cuisines et Salles de Bains Arthur Bonnet qu'ils gèrent, dans l'Ain. C'est à travers un plan de formation sur-mesure qu'ils ont choisi de faire évoluer les compétences des chargés de clientèle. Les explications de la dirigeante, Marie-Claude Savignac.

> Pourquoi avoir envisagé une formation destinée à la force de vente ?

C'était une suite logique ! Cette formation avait sa place dans le cadre de la réorganisation de l'entreprise, qui allait de la modernisation de l'outil de travail jusqu'au repositionnement de l'image. La gestion des ressources humaines et plus particulièrement de la force de vente était incontournable dans ce projet d'entreprise.

> Quels étaient les objectifs à atteindre ?

L'équipe commerciale que nous avons constituée a une expérience de la vente et de notre secteur d'activité. Elle est en mesure de s'adresser à tout type de clientèle. Néanmoins, l'esprit d'équipe, la recherche de résultats globaux et des méthodes de suivi rigoureuses nous faisaient défaut.

Les actions isolées ne sont jamais efficaces ! Il nous fallait professionnaliser le conseil, le service, l'accueil en magasin, la communication interne.

> Comment avez-vous choisi la formation ?

Deux objectifs ont été déterminés : L'acquisition d'un discours homogène sur l'entreprise, les produits et la maîtrise d'une méthodologie commerciale. Pour les atteindre, il était indispensable de se retrouver autour d'une table, avec un animateur extérieur qui pouvait faire germer des idées d'amélioration, apporter des techniques

de communication positive et, de temps à autre, relayer le discours du chef d'entreprise.

> Quels sont les résultats ?

Les chargés de clientèle sont de plus en plus sensibles à l'organisation et à la qualité. La rigueur est devenue coutumière dans leur travail : compte rendus, tableaux de bords, fichiers clients, statistiques, tous ces outils de suivi commercial sont acceptés et maîtrisés. Le travail des uns est devenu plus transparent pour les autres ! Les salariés sont très réceptifs et ont adopté de nouveaux comportements suite à un premier stage de 2 jours en ma présence. Ils se posent les bonnes questions, ils sont dans une démarche d'amélioration. Ils ont envie de mettre en pratique une meilleure écoute, une meilleure analyse des attentes et besoins du client potentiel.

> Avez-vous adhéré au SNEC* ?

Lorsque ces nouvelles méthodes seront bien rôdées, nous y adhérons certainement. La qualité que nous mettons en place en interne sera visible en externe. Elle est conforme aux attentes du SNEC et nous permettra d'être candidats à la certification AFAQ. Pour le moment nous assimilons. Et nous travaillons par paliers. Nous avons atteint les objectifs financiers que nous nous étions assignés voici 3 ans, nous nous concentrons aujourd'hui sur les méthodes de travail.

*Syndicat National des Equipements de Cuisines

Réponses à vos questions

J'ai entendu parlé du SNEC, quel est l'intérêt d'adhérer à une organisation professionnelle ?

Faire partie d'une organisation professionnelle est une meilleure façon d'obtenir des contacts liés à votre domaine et d'obtenir le soutien de partenaires qui partagent vos idées et vos valeurs. La vocation d'un syndicat tel que le SNEC est de professionnaliser son métier. Cette organisation informe, forme, et rassemble tous les professionnels sérieux. Elle assure leur promotion auprès du grand public, des Associations Nationales de Consommateurs, des pouvoirs publics et des autres syndicats. Le SNEC engage ses membres dans le Contrat "Approuvé", Marque déposée appartenant au Ministère de la Consommation. Les professionnels doivent faire certifier pour 3 ans et faire contrôler tous les 11 mois leurs services par l'AFAQ selon le référentiel 105-02 publié au Journal Officiel. C'est la garantie du sérieux démontrée chaque jour par les professionnels certifiés auprès de leurs clients.

Pour en savoir plus : www.sneec.org et www.afaq.com

Je vous présente...



> Isabelle Lebedel

Journaliste de formation, Isabelle Lebedel travaille depuis 15 ans dans le secteur de la presse d'entreprise. Elle réalise des magazines, des lettres d'information, des enquêtes. Elle fait partie du même groupement d'indépendants que Philip Anderson, Axalp, basé à Annecy.

> Gregory Anderson

Design graphique, création de sites web, logos, annonces presse, catalogues produits et services, au sein de sa propre agence, Grégory Anderson met en scène les projets de communication que lui confient les entreprises. Grégory est l'un des 4 fils de Philip Anderson.

www.andersongreg.com



Agenda

Formations animées par Philip Anderson :

- > **11-12 octobre à Annecy**
« Comment décrocher un rendez-vous par téléphone »
- > **18 octobre à Annecy**
« Comment se faire recommander ? Comment vendre de nouvelles prestations ? »

Événements

- > **11-20 septembre 2004 :**
foire de Savoie - Chambéry
- > **26-29 septembre 2004 :**
Maison Passion (Habitat) ^ Annecy
- > **28 octobre-1er novembre 2004 :**
Mieux-Vivre Expo - La Roche-sur-Foron

Mettez-le en Pratique.

Responsable de la publication :
Philip Anderson

Graphisme et mise en page :
Grégory Anderson

Rédaction : Isabelle Lebedel

Axalp
1, place du 18 juin 1940
74940 Annecy-le-Vieux
Tél. 04 50 66 11 06 ou 06 73 27 20 50

info@philip-anderson.com