

## I) Introduction

- qui sommes-nous

## II) Enquête 2017 sur le développement commercial des PME:

- Résultats et analyse
- Conclusion: forces et faiblesses

## III) Comparaison de deux organisations commerciales TPE/PME

## IV) Conclusion

## Qui sommes-nous ?

**NEGOCIATIS** a été créé en 2014 par Georges Blanchard, cadre dirigeant de grands groupes et PME, spécialiste de la vente à l'international de produits et de services informatiques.



De cette expérience dans les relations commerciales B to B est née une vocation :

**Aider les entreprises de toutes tailles dans leur développement commercial en s'entourant des meilleurs conseils.**

Negociatis : un réseau de compétences destiné à améliorer votre performance commerciale



## Nos domaines d'intervention

### **Stratégie commerciale**

- Etude de marché
- Analyse de l'existant
- Préconisations de stratégies
- Plan d'action commercial
- Tableaux de pilotage

### **Marketing opérationnel**

- Etude de Ciblage
- Constitution de fichier, Scoring
- Mise en place de message
- Choix des outils de diffusion
- Télémarketing, emailing, Sms...

### **Externalisation et Organisation**

- Délégation de direction commerciale
- Force de vente sédentaire
- Force de vente terrain
- Réseaux d'agents commerciaux

### **Formation**

- Formation terrain, Télévente
- Blitz-Day
- Accompagnement sur le terrain
- Meet-up

- PLAN
- Qui sont nos répondeurs
- Les cibles des TPE/PME
- L'organisation commerciale
- Les outils
- Les actions
- Le budget
- Les objectifs
- Forces et faiblesses

## LA POLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DES TPE, PME et STARTUPS FRANÇAISES

Enquête nationale 2017

# I) Prérequis

Nous avons interrogé les TPE,PME et STARTUPS sur le thème du développement commercial et essayé de comprendre quelles ont été leurs motivations dans la mise en place de leurs politiques commerciales et les outils choisis pour les mettre en œuvre.

**44 002** Emails envoyés

**238** Total des réponses

**202** Réponses complètes

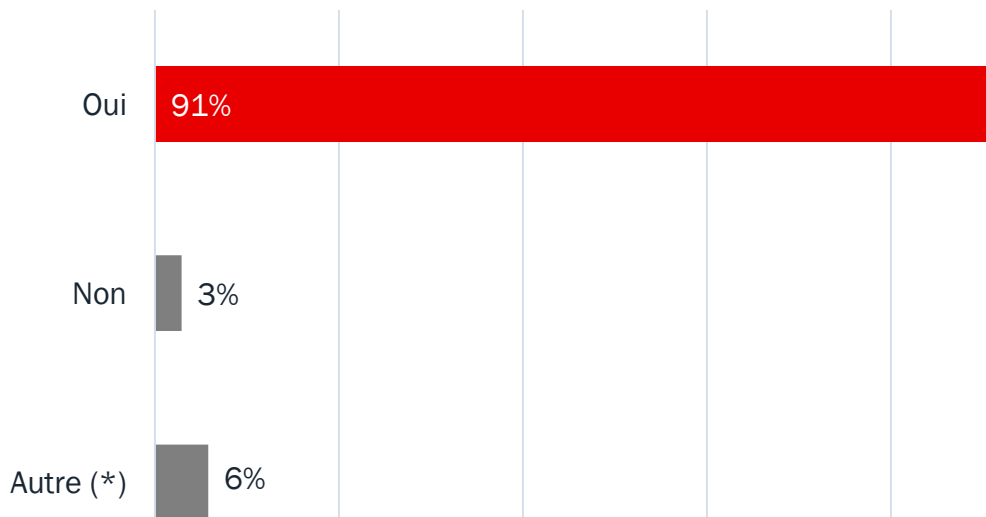
- LES REpondants/LES PERSONNES INTERROGÉES





# 1 LES RÉPONDANTS : RESPONSABLES DU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL.

Q1: Participez-vous **personnellement**  
au **développement commercial** de votre entreprise ?  
(Mise en place et/ou directement impliqué)

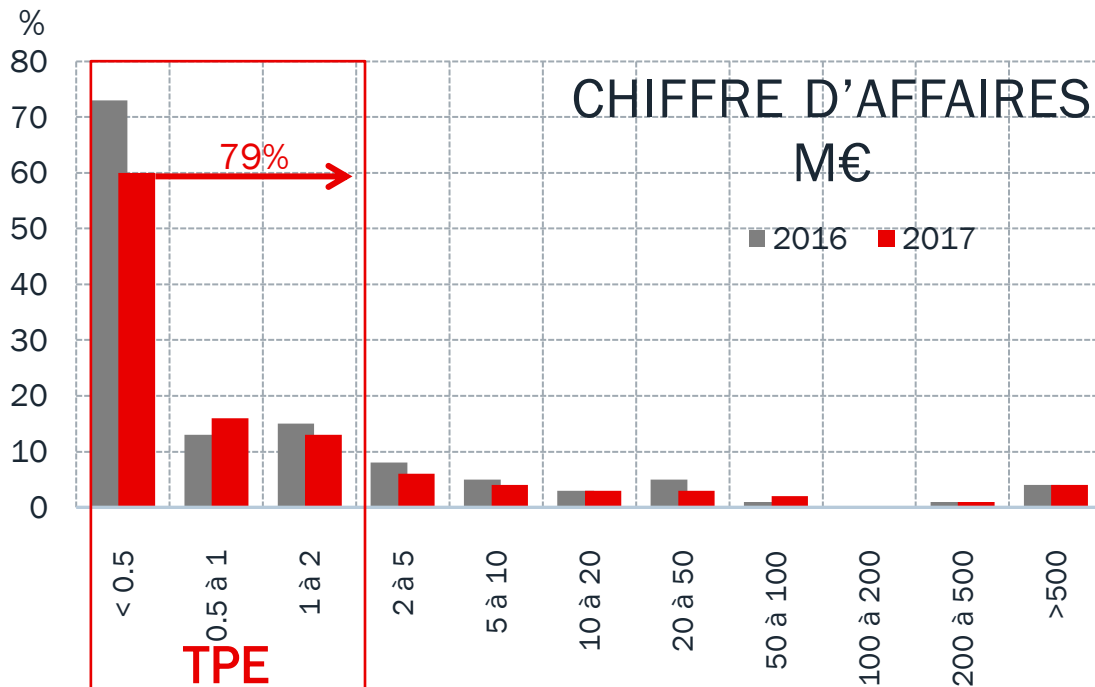


(\*) Non et voici l'adresse email d'un de mes collègues participant au développement commercial  
de l'entreprise et à qui vous pouvez envoyer votre enquête.

**NEGOCIATIS**



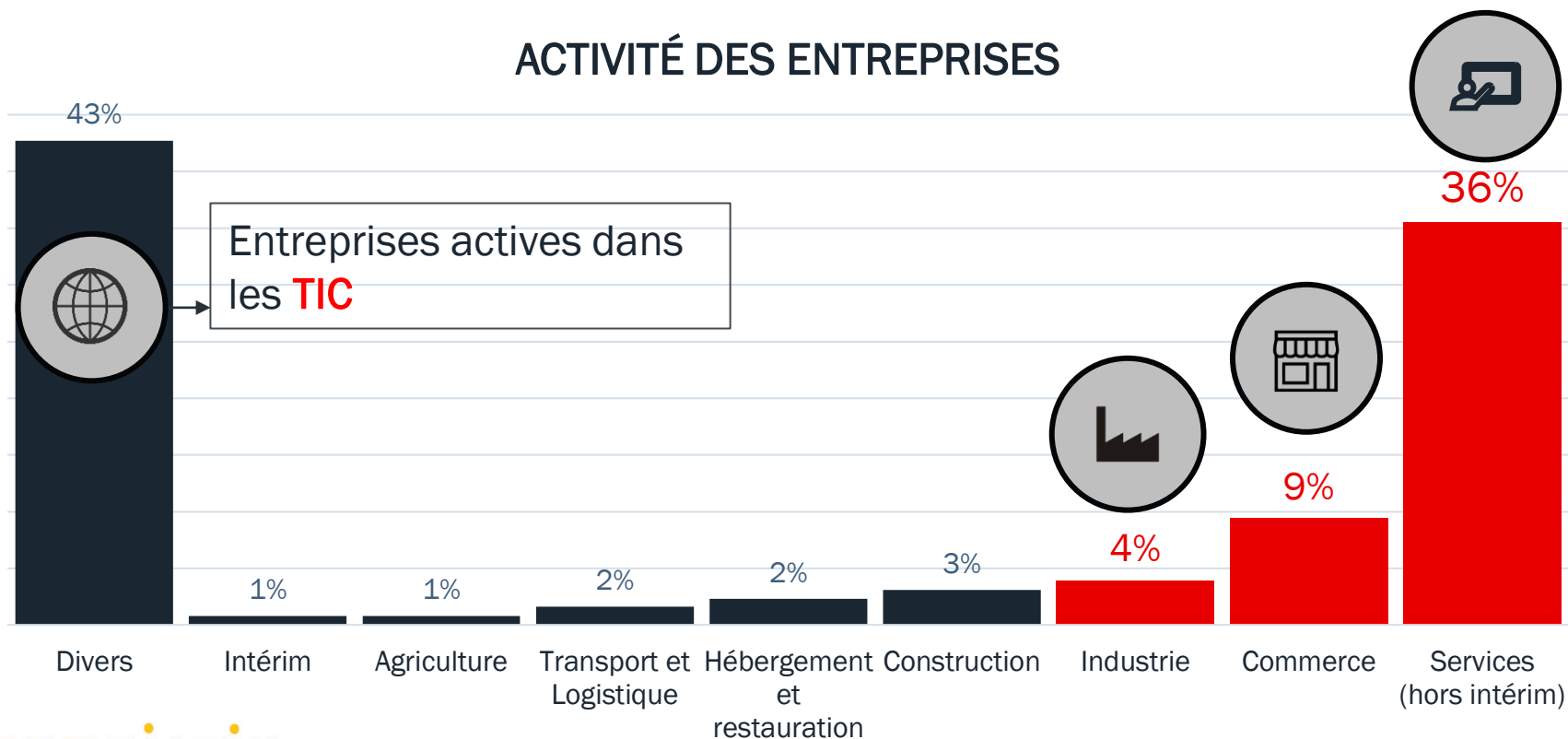
# 2 2 M€- LA LIMITE DU CHIFFRE D'AFFAIRES. MAJORITÉ DE MICRO ENTREPRISES.





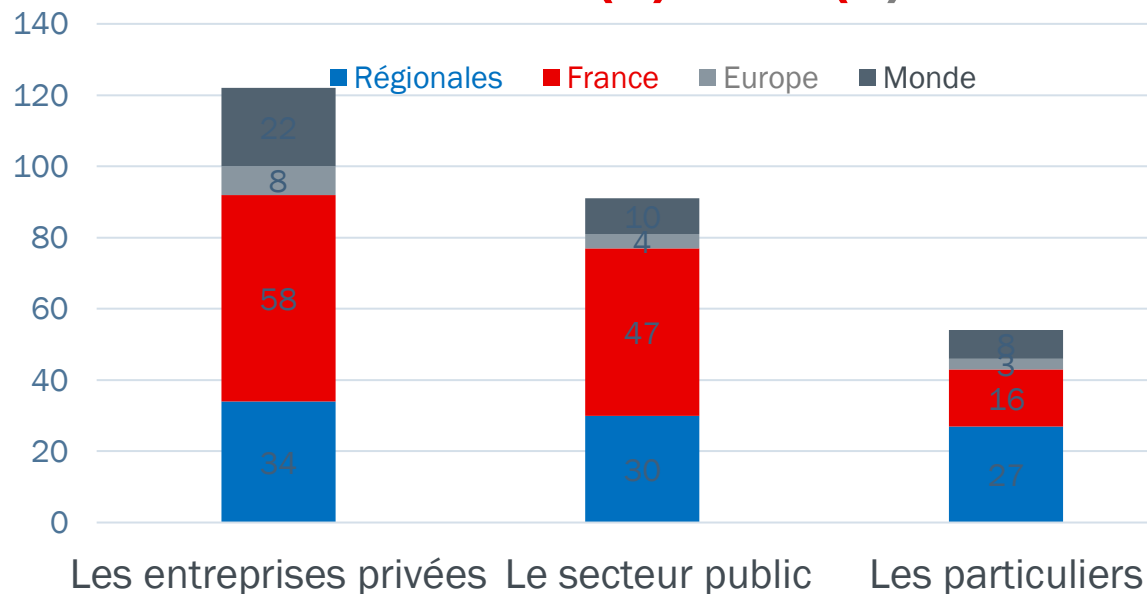
# 3 LES ENTREPRISES SONT ACTIVES DANS TOUS LES SECTEURS. PRÉDOMINANCE DU **COMMERCE** ET DES **SERVICES**.

## ACTIVITÉ DES ENTREPRISES



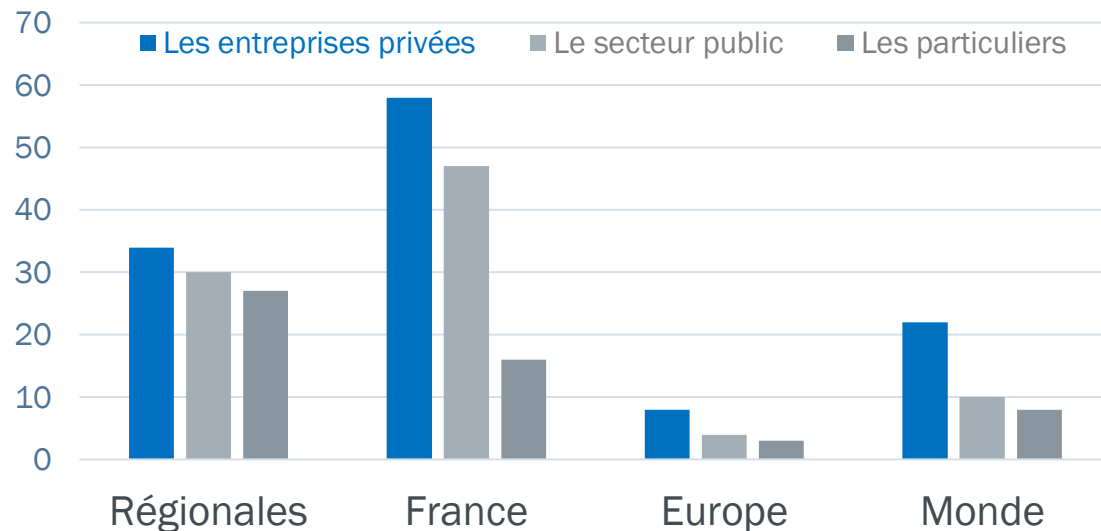
# 4 UNE **VARIÉTÉ** DES CIBLES, DES SECTEURS, DES TERRITOIRES D'ACTION.

Q4: QUELLE(S) EST/SONT  
VOS **CLIENTÈLE(S) CIBLE(S)** ?



# 4 UNE **VARIÉTÉ** DES CIBLES, DES SECTEURS, DES TERRITOIRES D'ACTIONS.

Q4: Quelle(s) est/sont  
vos **clientèle(s) cible(s)** ?



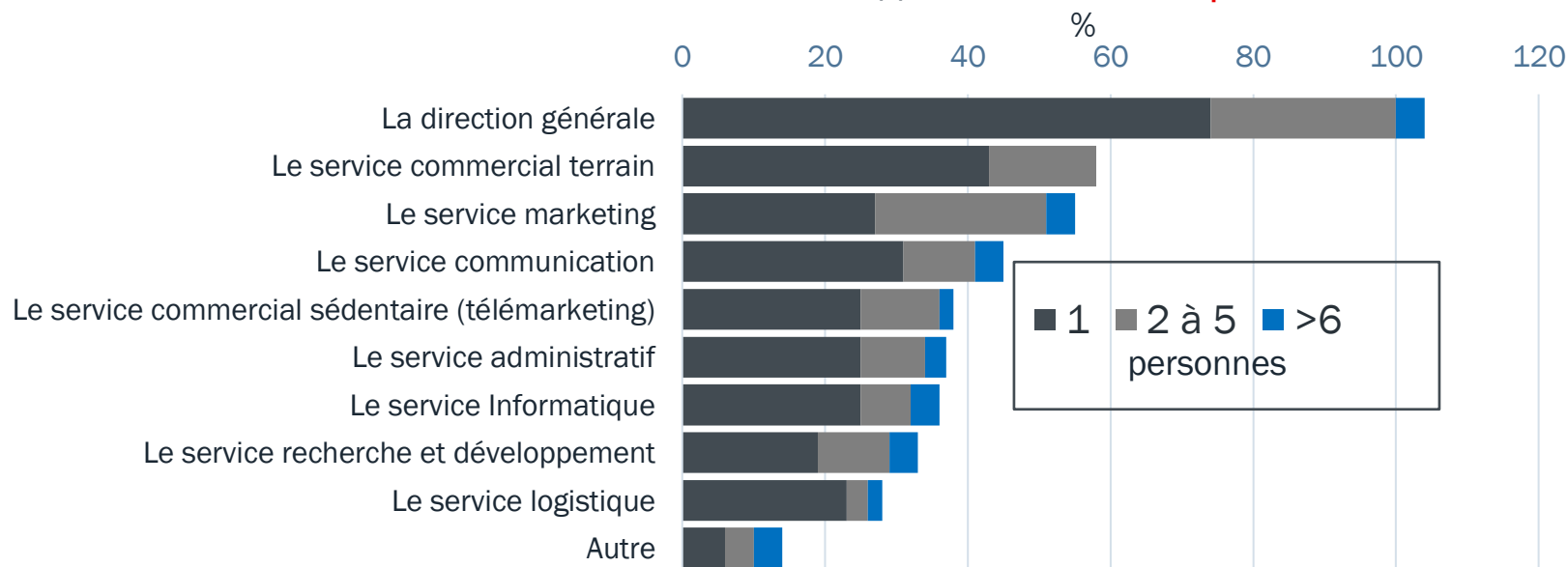
- LES ACTEURS DU DEVELOPPEMENT COMMERCIAL  
DANS L'ENTREPRISE



# 5 LE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL CONCERNE TOUTE L'ENTREPRISE Y COMPRIS LA Direction Générale.

3,7 services

Personnes impliquées dans  
le développement commercial par service



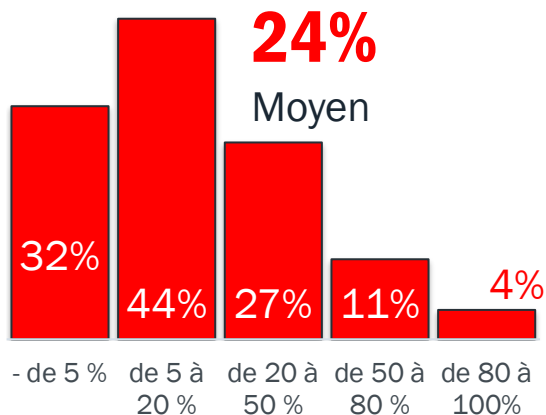


- LES TACHES DE L'ACTION COMMERCIALE

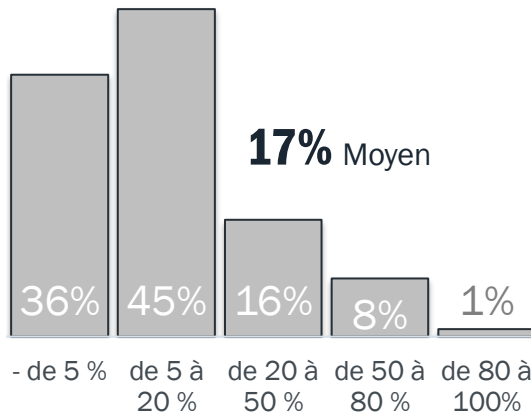


# 6 LE SUIVI DES AFFAIRES EN COURS NE LAISSE PAS LE TEMPS POUR DÉVELOPPER LA PROSPECTION COMMERCIALE.

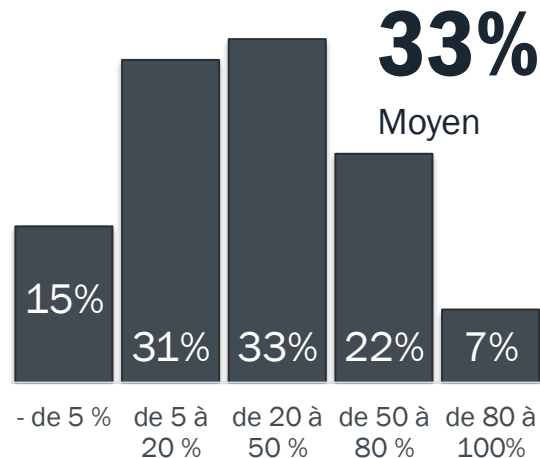
## PROSPECTION COMMERCIALE



## RELANCE CLIENTS



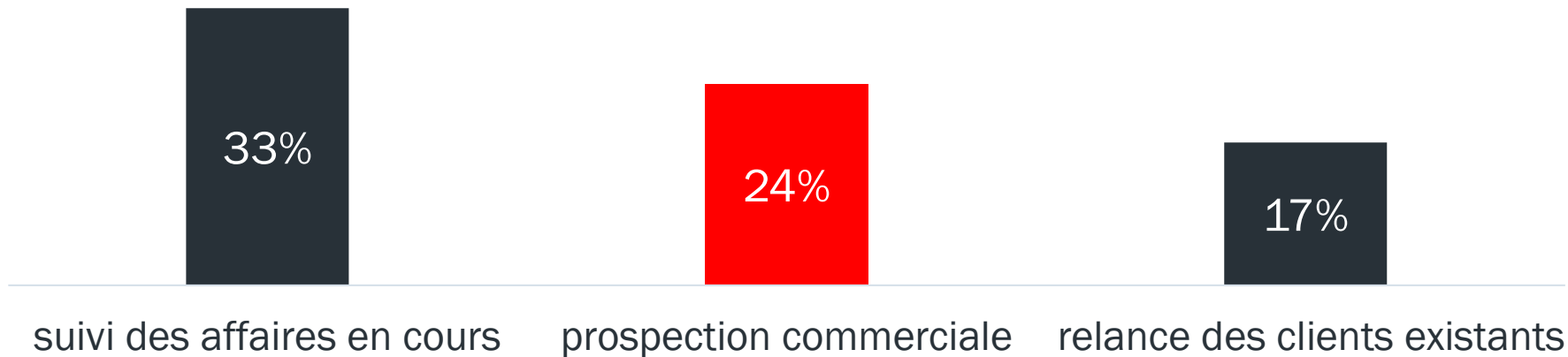
## SUIVI AFFAIRES EN COURS



Globalement, dans votre entreprise, combien de **temps** est consacré à: (En % de votre temps de **travail annuel**)

# 6 LE SUIVI DES AFFAIRES EN COURS NE LAISSE PAS LE TEMPS POUR DÉVELOPPER LA **PROSPECTION COMMERCIALE**.

% **Temps annuel** par activité

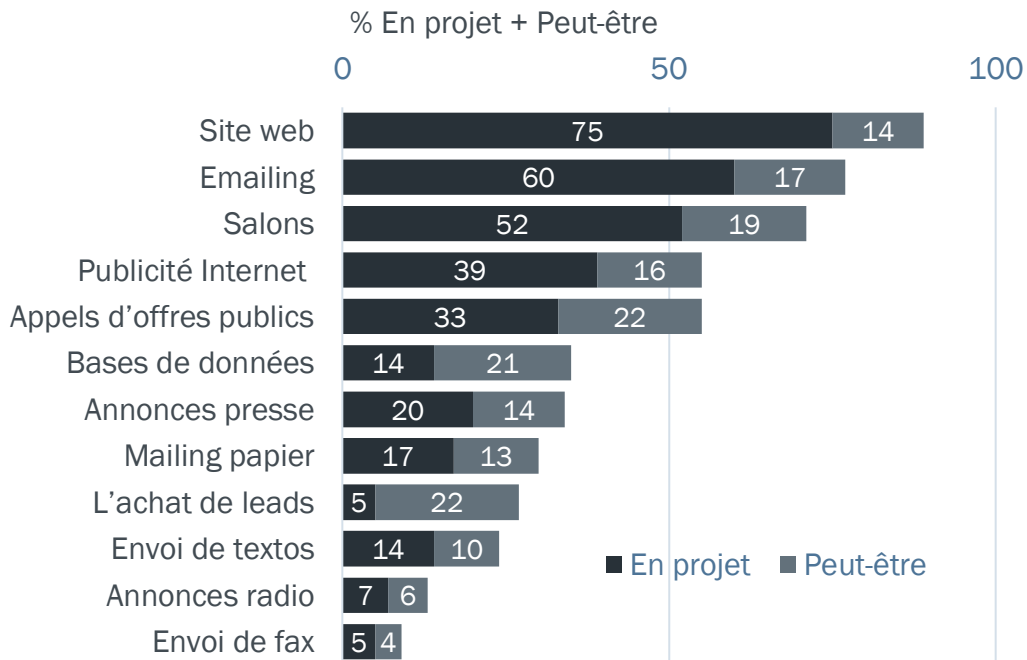


- LES OUTILS DU DEVELOPPEMENT COMMERCIAL



# 7 UNE APPROCHE **MULTIMÉDIA** FORTE ORIENTATION AU NUMÉRIQUE

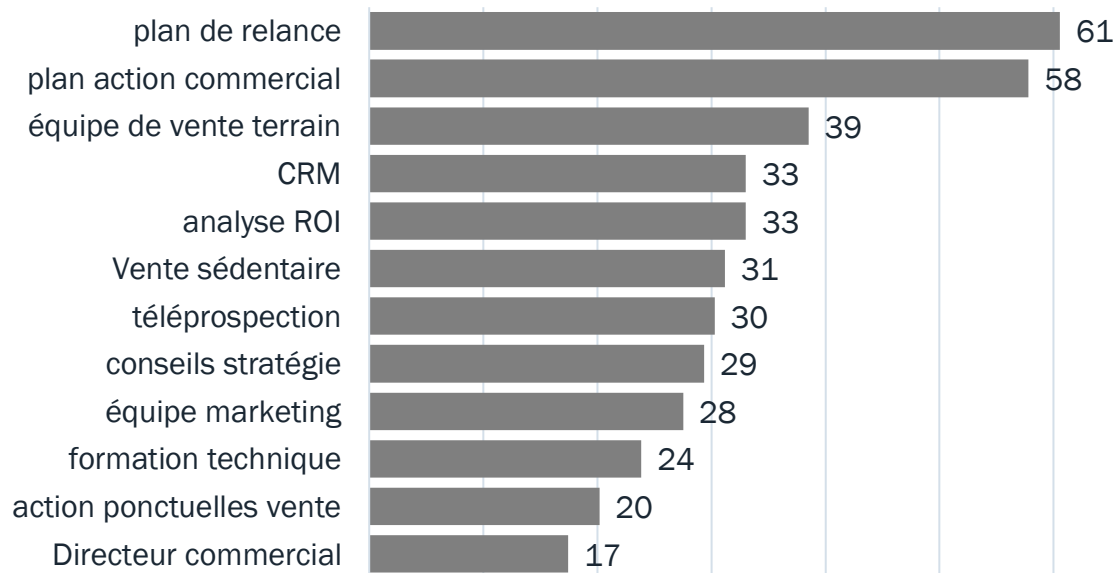
## **AIDE** AU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL



**4,6**  
outils d'Aide  
différents utilisés  
par entreprise.

# 8 100% DES ENTREPRISES RESENTENT LE BESOIN DE RELANCER **L'EFFICACITÉ COMMERCIALE.**

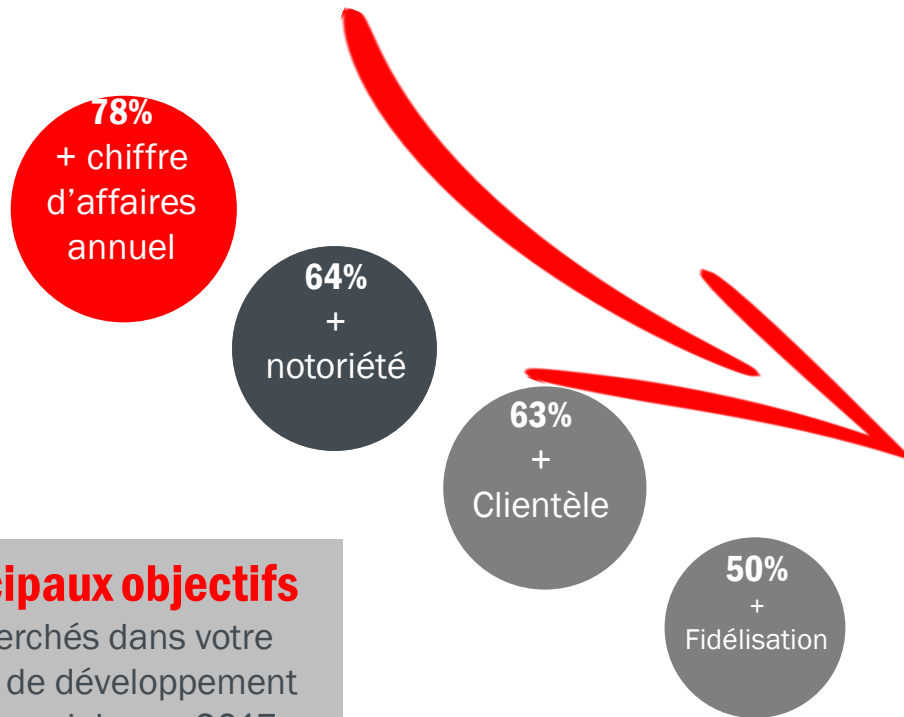
Actions **d'amélioration d'efficacité** Commerciale  
% 2017 (en projet + peut-être)



**4 actions** par entreprise  
envisagées pour 2017

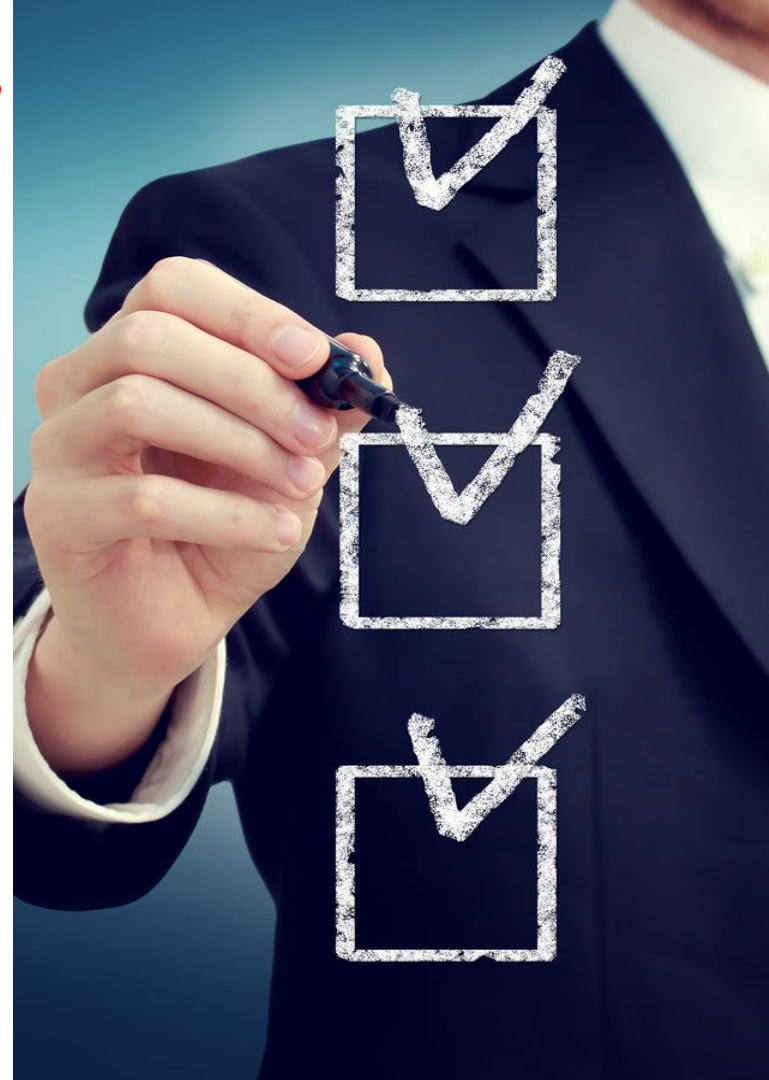


# 10 L'AUGMENTATION DU **CHIFFRE D'AFFAIRES** RESTE L'OBJECTIF PRIORITAIRE



## principaux objectifs

recherchés dans votre  
action de développement  
commercial pour 2017



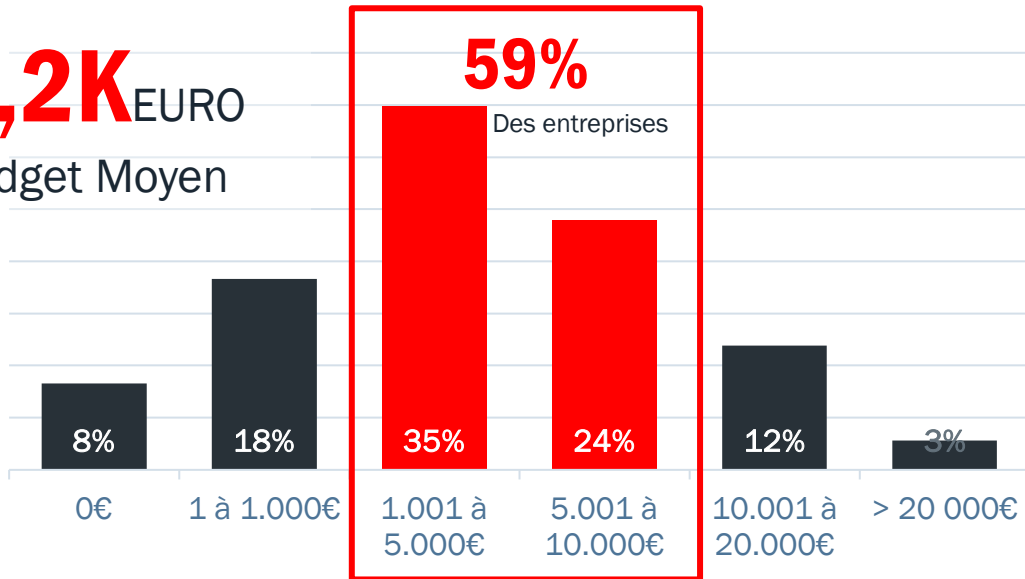
# 9 UN BUDGET QUI RAREMENT DEPASSE LES **10K EURO**

## BUDGET ANNUEL

pour le développement commercial - 2017

**5,2K** EURO

Budget Moyen



## Forces

• Les entreprises se sentent concernées par le besoin d'un développement commercial

- Volonté de développer le CA

## Faiblesses

• Le développement commercial ne repose principalement que sur 2 personnes dans l'entreprise.

- Les principaux acteurs du Dvp commercial de l'entreprise ne font quasiment pas de prospection.

- Pas de service de prospection

## Opportunités

- Capacité de développement

## Menaces

- TPE/PME le risque de perte d'un ou plusieurs clients peut être fatal

- STARTUP difficultés de démontrer aux investisseurs la pérennité de l'entreprise et la pertinence du business model

# NEGOCIATIS

