

F. Worms

Monsieur force de vente



repère

Prospective En chiffres et en bref

Création :

Prospective a vu le jour en 1995 et est dirigée par Frédéric Liotard. Le lancement du réseau Prospective en France ne date que de 2002.

Capital :

252 000 euros.

Actionnaires :

Frédéric Liotard (fondateur), l'Institut de développement économique de Bourgogne (émancipation du Conseil Régional de Bourgogne) et Wikane (société privée Anney/Genève).

Effectif :

Sept salariés au siège. Trente franchises sont installées sur l'ensemble du territoire national. Le réseau devrait se densifier pour atteindre 50 entités d'ici la fin 2005 et 100 en 2008.

Implantation régionale :

Prospective est présent en Lorraine à travers la structure gérée par François Worms à Saulxures. Lorrain d'origine, diplômé de l'ICN puis du CPA Paris (Executive MBA du groupe HEC), il compte plus de 20 ans d'expérience à la tête de PME industrielles ou commerciales, et de filiales de groupes, dont il a organisé et conduit le développement commercial.

31 Externaliser la fonction commerciale. Si cette démarche est devenue monnaie courante dans les grands groupes, elle s'installe également dans les PME. C'est en tous les cas ce que constate François Worms à la tête de l'entreprise franchisée Prospective, spécialisée dans le domaine. Fort de plus de 20 ans d'expérience à la tête d'entreprises, ce lorrain d'origine aiguille désormais ses pairs afin de les accompagner dans leur développement commercial.

Qui mieux qu'un ancien dirigeant d'entreprise peut conseiller un autre dirigeant d'entreprise. C'est sur ce principe qu'est fondée la démarche menée par l'entreprise franchisée Prospective. Créée en 1995 par Frédéric Liotard, Prospective, spécialisée dans l'accompagnement des PME employant entre 5 et 100 salariés pour développer leur stratégie commerciale, est aujourd'hui présente sur la quasi totalité du territoire national. A Nancy, c'est François Worms qui est aux commandes du navire Prospective. «L'entreprise a vu le jour suite à un constat simple. Les dirigeants de PME maîtrisent parfaitement leurs produits et leurs développements et ce, souvent au détriment de la force commerciale. De plus, la conjoncture et l'environnement dans lesquels changent les entreprises évoluent sans cesse et elles doivent affronter de nouveaux enjeux : 35 heures, durcissement de la concurrence, exigences accrues de flexibilité et de performance. Afin de les aider à maintenir la cadence sur le plan commercial, nous proposons des solutions d'externalisation» témoigne François Worms. Souvent par manque de temps, les chefs d'entreprises de PME n'exploitent pas au maximum leur potentiel commercial. C'est dans cet esprit qu'intervient Prospective. «Nos interventions auprès des entreprises se déroulent généralement sur un an. Le premier mois, nous réalisons un diagnostic précis de l'entreprise et du marché sur lequel elle évolue. Après avoir mis en place un plan d'actions, très vite, nous entrons dans la phase opérationnelle pour obtenir des résultats concrets. Souvent les entreprises prospectent quand la clientèle diminue alors que la démarche doit se faire quand tout va bien». C'est en s'appuyant sur des outils de pointe et un réseau dense intégré à Prospective que François Worms est à même de répondre à toutes les problématiques des entreprises quelles que soient leurs activités ou leurs tailles. Pour fournir un conseil opérationnel, Prospective suit de près

les évolutions dans l'entreprise : «Nous sommes très présents car cela permet de faire avancer les choses et surtout d'impliquer davantage nos interlocuteurs. Ils le sont généralement car ils cosignent un contrat d'objectifs. Parfois, le chef d'entreprise préfère conserver ce système d'externalisation de la force commerciale mais nous sommes également en mesure de former les gens en interne et leur transmettre notre savoir. Il arrive même que nous recrutons en direct les futurs commerciaux de l'entreprise». Pour obtenir des résultats, François Worms est équipé d'une incroyable panoplie d'outils. «Quand nous intervenons généralement nous créons des bases de prospections informatisées, faisons du marketing direct (mailing ciblé avec opérations tests en préalable), des relances téléphoniques, des formations, organisons des évènements, aide au recrutement...». Si l'intervention de Prospective permet aux PME de développer leurs fichiers clients c'est également une source de motivation des équipes. «Les résultats sont corrects et le retour sur investissement est rapidement identifié». Il faut savoir que Prospective peut également réaliser simplement un audit mais «ce n'est pas tout à fait notre spécificité : nous sommes là pour accompagner les entreprises dans la durée pour les amener à adopter de nouvelles techniques de travail pérennes dans le temps». Il faut compter en moyenne environ 40 000 euros pour mettre en place une mission sur un an. «Les entreprises peuvent obtenir des aides du fonds régional d'aides au conseil pour financer leur démarche». Et la formule d'externalisation commerciale fonctionne en région puisque François Worms prévoit d'embaucher à court terme des collaborateurs pour répondre à l'ensemble des demandes. Et pour cause, Prospective estime à 20 % en moyenne la progression des chiffres d'affaires des entreprises accompagnées.