

Prospactive

Externaliser la fonction commerciale



François Worms accompagne les PME de 5 à 100 personnes dans le développement de la force commerciale

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 franchis e Prospactive, 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. Explications.

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 franchis e Prospactive. Cr e e en 1995 par Frédéric Liotard, Prospactive, 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 Prospactive. «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 évoluent les entreprises changent 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.

Contrat d'objectifs cosigné

Souvent par manque de temps ou tout simplement par défaut de compétences, les chefs d'entreprises de PME n'exploitent pas au maximum leur potentiel commercial. C'est dans cet esprit qu'intervient Prospactive. «Prospecter

dans le dur». Une spécialité de François Worms. «Nos interventions auprès des entreprises se déroulent généralement sur un an (voir encadré). 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 Prospactive que François Worms est à même de répondre à toutes les problématiques des entreprises quelles que soient leurs activités ou leur taille. Pour fournir un conseil opérationnel, Prospactive 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 recrutions 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 au préalable), des relances téléphoniques, des formations, organisons des événements, aidons au recrutement...*».

Aides de la Région

Si l'intervention de Prospactive 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 Prospactive 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 com-

merciale fonctionne en région puisque François Worms prévoit d'embaucher à court terme des collaborateurs pour répondre à l'ensemble des demandes. Et pour cause, Prospactive estime à 20 % en moyenne la progression des chiffres d'affaires des entreprises accompagnées.



Les PME-PMI sont en train de développer leur fonction commerciale via la sous-traitance. Une donne déjà bien présente au sein des grands groupes

Intervention en trois temps

L'analyse stratégique : Pendant le premier mois, François Worms réalise un diagnostic dans l'entreprise en direct avec son dirigeant. L'objectif est de mettre à plat la stratégie commerciale de l'entreprise si elle existe, de valider des objectifs, d'approfondir l'état de l'offre et du marché, de faire une segmentation fine des produits et des clients. Pour ce faire, Prospactive s'appuie sur des outils méthodologiques créés spécialement par l'entreprise c'est à dire une plate forme informatique collaborative et un contenu modelisé financé en partie par l'Anvar. Cette étude débouche sur la réalisation d'un plan d'action commercial détaillé, que le dirigeant de l'entreprise approuve et signe. Dans la plupart des cas, la collaboration est formalisée sous forme d'engagement annuel.

Le suivi et l'exécution du plan d'action : A la suite de l'élaboration et de la validation du plan d'action commercial, Prospactive passe à l'action. L'intervention se déroule généralement sur 11 mois. Des interventions hebdomadaires dans l'entreprise permettent de faire avancer la machine et d'obtenir des résultats concrets. Parmi les actions les plus courantes figurent la mise en place d'une base de données prospects, les opérations de marketing direct, la création d'indicateurs et de tableaux de bord, la planification des relances, la formation des équipes en interne...

Les missions ponctuelles : François Worms peut également accompagner les équipes en interne et notamment les commerciaux pour des rendez-vous de prospection à des fins d'observation et de conseil. Il peut également réaliser des missions ponctuelles comme l'organisation de journées portes ouvertes, la préparation d'une foire ou d'un salon, le montage d'une opération de relations presse, l'aide au recrutement d'un commercial, le conseil et l'assistance pour la réorganisation de l'administration des ventes...

REPÈRES

Prospactive

En chiffres et en bref

Création : Prospactive a vu le jour en 1995 et est dirigée par Frédéric Liotard. Le lancement du réseau Prospactive 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 Anancy/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 : Prospactive 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.

