

Custom Solutions encourage les échanges entre services

Communication interne. En instaurant des débriefings entre les commerciaux et les différents services de l'entreprise, Custom Solutions, une agence de marketing opérationnel, favorise la connaissance métier des vendeurs tout en leur montrant l'impact de leurs décisions sur les autres services.

➤ Donner aux commerciaux une vision réaliste des process de l'entreprise. Voilà ce qui a motivé la création de débriefings entre services chez Custom Solutions, une société de services en marketing opérationnel spécialisée dans la vente d'opérations promotionnelles et logistiques (jeux sur Internet, offres de remboursement, parrainage...) à des clients professionnels (Danone, Nestlé, Packard Bell). Ainsi, depuis décembre 2010, il ne s'agit plus seulement pour les commerciaux de faire des bilans réguliers avec leurs directeurs des ventes, mais aussi de revenir sur certaines ventes avec les services production, informatique et logistique de la société. « Cela leur permet de comprendre ce qui se passe sur le terrain et de mieux saisir les contraintes techniques de la production », explique Charlotte Lachaud-Noyers, directrice des ressources humaines de Custom Solutions.

Une culture de l'échange

Ainsi, chaque vendeur rencontre généralement le manager du service en question pendant une heure, voire une matinée, dans un bureau du siège, ou en situation, dans un entrepôt de l'entreprise. Ensemble, ils discutent du déroulement d'une opération vendue par le commercial quelques semaines auparavant. « Pour éviter que chacun ne se renvoie la responsabilité des problèmes rencontrés lors de la réalisation de la prestation, la personne qui reçoit le commercial mène l'entretien », déclare Charlotte Lachaud-Noyers. Ainsi, ces débriefings atténuent la rivalité entre

le vendeur et l'opérationnel. » À l'image des dix commerciaux qui se sont déjà prêtés à l'exercice, un commercial confirmé, ayant vendu un jeu-concours au règlement complexe, a pu bénéficier d'un retour sur expérience. La rencontre est l'occasion pour le service production de lui expliquer comment sa vente a compliqué le travail de l'opératrice de saisie, lui faisant perdre du temps et mettant en difficulté les autres départements. Le commercial réalise que sa vente a nécessité plus de temps de traitement que prévu et comprend que, pour ce type d'opération,

il devra à l'avenir facturer plus cher la prestation.

Les directeurs des ventes ne sont pas présents lors de ces retours d'expérience. Néanmoins, leur rôle est d'aider leurs commerciaux à chercher les cas pratiques les plus emblématiques pour ces rencontres. Et c'est au cours d'un rendez-vous informel avec les commerciaux qu'ils prennent connaissance des leçons tirées. Charge ensuite aux managers de

remonter ces informations auprès des ressources humaines pour que les enseignements obtenus lors de ces rendez-vous puissent profiter à tous. Ces comptes rendus permettent la mise en place de procédures à appliquer pour l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise. ■

Amélie Moynot



« La tenue de débriefings réguliers atténue la rivalité entre le commercial et l'opérationnel. »

Charlotte Lachaud-Noyers, directrice des ressources humaines de Custom Solutions



Retrouvez nos initiatives sur : www.actionco.fr



Les débriefings dans les ateliers font désormais partie du quotidien des salariés de l'entreprise.