

ÉLECTRO
FÉDÉRATION
CANADA

EFC

Pratiques exemplaires : visites en succursale avec les fabricants et les représentant·e·s de l'agence



EFC
CEMRA - CMG

Planification précédant l'appel :

Les représentant·e·s et les fabricants doivent passer en revue les renseignements généraux sur la succursale et définir l'objectif de la visite en succursale. Les représentant·e·s doivent prendre rendez-vous avec les décideur·euse·s appropriés en fonction des objectifs de l'appel. L'invitation du rendez-vous doit préciser tous les éléments nécessaires pour celui-ci, comme le matériel audiovisuel requis, le cas échéant.

Les deux parties doivent s'entendre sur le type de préparation nécessaire (rapports, présentations, échantillons, documentation, etc.).

Quels que soient les objectifs, les fabricants et les représentant·e·s doivent faire front commun. Les représentant·e·s locaux·ales sont responsables d'entretenir et de renforcer les liens avec les distributeur·rice·s, et sont le visage des fabricants sur le marché local. Les représentant·e·s locaux·ales doivent ainsi mener ou favoriser les discussions lors de l'appel.

Contexte relatif à la succursale :

Les distributeur·rice·s

- Ces distributeur·rice·s se concentrent-ils actuellement sur des occasions, des initiatives ou des objectifs?
- Y a-t-il des problèmes ou des difficultés concernant les affaires de ces distributeur·rice·s?

Les affaires et le rendement

- **Plan d'affaires** : y en a-t-il un? Le cas échéant, quel est l'état de celui-ci et de sa mise en œuvre?
- **Rendement des ventes** : année en cours par rapport à l'année précédente. Rendement par rapport aux objectifs.
- **Classement de la succursale** : quels sont les résultats de cette succursale pour votre catégorie de produits sur ce territoire?
- **Part de marché** : quelle est votre part de marché dans cette catégorie de produits? Quels concurrents occupent aussi l'espace d'étalage de cette succursale dans votre catégorie?
- **Rendement de la marge** : les distributeur·rice·s et les fabricants sont-ils satisfaits du rendement de la marge?
- **Stocks** : les rotations sont-elles acceptables? La composition est-elle acceptable?

Marketing et formation

- **Marchandisage** : les produits sont-ils présentés adéquatement?
- **Promotions** : quel est l'état des promotions en cours?
- **Formation** : type de formation et calendrier? Quel est le niveau de satisfaction par rapport aux connaissances et à l'expertise des membres personnel de la succursale sur vos produits?
- **Succès des nouveaux produits** : quels sont les résultats des lancements de produits récents pour la succursale?

Appels conjoints : qu'en est-il des activités d'appels conjoints?

Relation : y a-t-il des problèmes à signaler?

Visite en succursale

Objectifs

Cochez toutes les réponses qui s'appliquent :

- Élaborer un plan d'affaires
- Passer en revue le rendement de la succursale
- Présenter un nouveau produit ou un nouveau programme
- Augmenter la part de marché
- Améliorer le rendement du projet
- Récupération de la clientèle et des relations
- Établissement de relations
- Rencontre du nouveau personnel et d'influenceur·euse·s
- Entretien de la succursale :
 - vérification des stocks;
 - vérification du merchandising;
 - passage en revue des problèmes et des occasions;
 - vérification du rendement des promotions;
 - vérification du rendement des ventes.

Quelle est notre proposition de valeur? (Quels sont les aspects intéressants pour les distributeur·rice·s? Cela dépend de l'objectif.)

- Quel problème résolvons-nous?
- À quoi ressemble le succès pour les distributeur·rice·s?
- Quelle est la capacité fondamentale de l'équipe (représentant·e·s/fabricants) et quel est notre avantage concurrentiel?

Plan de la visite en succursale

Calendrier et logistique de la visite : durée, nombre de membres du personnel participant

Personnes-ressources	Poste	Objectif	Temps alloué
Jane Doe	Directrice de succursale	Passer en revue le rendement	1 heure
John Smith	Superviseur d'information	Passer en revue le merchandisage	15 minutes
Jim Mills	Acheteur	Effectuer la vérification es stocks	30 minutes

Rôles selon l'objectif

1. Qui mènera les activités? (Présentations, définition du contexte, confirmation du calendrier et des délais)

Comme les représentant·e·s sont responsables de la relation avec les distributeur·rice·s, ce sont eux qui doivent mener les activités.

2. Qui posera les questions, s'occupera des présentations et passera en revue les rapports?

- Cela dépendra de l'objectif précis de l'appel.
- Les rôles peuvent être partagés.

3. Quels sujets sont à éviter?

4. Qui effectuera un résumé et définira les prochaines étapes?

Les représentant·e·s doivent accomplir cette tâche, car ils sont responsables de l'exécution et de la relation avec les distributeur·rice·s.

Plan de suivi pour la succursale

- Définir les actions, les responsabilités et le calendrier
- Documenter les détails de la réunion
- Planifier une réunion de passage en revue