



ÉLECTRO
FÉDÉRATION
CANADA

EFC

Appels conjoints entre représentant·e·s d'agence et distributeurs

EFC
CEMRA - CMG

Appel conjoint : Pratique exemplaire

Évaluation d'occasion :

- Assurez-vous que votre liste de cibles cadre avec les buts et objectifs généraux de votre plan d'affaires mutuel.
- Établissez l'ordre de priorité des cibles en fonction du potentiel de vente.
- Convenez des clients et produits qui n'entraînent pas de conflit entre les réseaux. N'hésitez pas à discuter de multiples produits faisant partie du portefeuille du/de la représentant-e pour maximiser l'efficacité.
- Tenez compte des alliances du fabricant et du distributeur, et faites croître la part de marché des deux parties.

Profil de client

1. Nom de l'entreprise :

- D'où provient la piste?
- Nouveau ou ancien compte?

2. Nom et poste de la personne-ressource :

- Renseignements généraux pertinents sur la personne-ressource : Nouvellement en poste? Lieux de travail et postes précédents? Connexions communes? Intérêts? Personnalité?
- Rôle et pouvoir de la personne-ressource dans le cadre du processus décisionnel : décideur-euse ou influenceur-euse

3. Types de projets et marchés auxquels le client prend part?

4. Données de vente pour le client? Ventes totales et éventail de produits

5. Marques, distributeurs et solutions actuellement utilisés par le client (concurrence)?

- Irritants pour le client? Qualité, livraison, problèmes de mise en œuvre, soutien technique, prix, problèmes d'installation, nouveaux règlements?

6. Occasions actuelles sur lesquelles le client travaille?

7. Revenu potentiel : 12 prochains mois? Trois prochaines années?

Objectif de l'appel et résultats préalablement convenus

- Rencontre exploratoire ou de découverte : comprendre ce qui est important pour le client et comment vos solutions peuvent lui offrir de la valeur
 - Client actuel et croissance de l'éventail de produits que le client achète à l'heure actuelle
 - Obtenez une invitation à soumissionner pour une occasion.
 - Présentation de solution pour une occasion
 - Positionnement stratégique du produit ou de l'offre au distributeur
 - Appel de service en raison d'une défaillance en matière de service ou de qualité
 - Réparation de relation
 - Formation
 - Autre?
-

Quelle est notre proposition de valeur?

Le client voudra savoir ce qu'il peut tirer des objectifs au-delà de la découverte.

Introduction

Réglage du problème

Résultat souhaité par le client

Capacité de base de l'équipe (du distributeur ou du fabricant)

Avantage concurrentiel

- Quelles sont nos forces relatives (en ce qui a trait aux distributeurs et aux fabricants)?
 - Emplacements, relations, prix, qualité, service, portée des solutions, soutien technique
-

Call Plan

- Length and location of appointment
- Advance preparation required (presentations/samples/technology check etc)
- Discussion on pricing communications/approach

Roles by objective:

Qui **mènera** les activités? Présentations, définition du contexte, confirmation du calendrier et des délais? **Cela devrait dépendre d'où la piste provient.**

Qui posera les **questions**, s'occupera des **présentations** et **passera en revue les rapports**? **Cela dépendra de l'objectif précis et de l'expertise relative. Les rôles peuvent être partagés.**

Quels sujets sont **à éviter**? **Par exemple, gammes de produits concurrentes, préoccupations, certaines conversations sur les tarifs**

Qui **effectuera un résumé et définira les prochaines étapes**? **Il faut en convenir avant la rencontre, en fonction de l'objectif.**

Suivi d'appel

- Convenez des mesures, de la responsabilité et des échéanciers.
- Convenez du suivi de la communication avec le client.
- Documentez les mesures.
- Convenez de la date d'examen des mesures.
- Documentez si l'objectif a été atteint.

Production de rapports sur les appels conjoints

Mettez au point un rapport pour faire le suivi des éléments suivants :

Nombre d'appels conjoints

Progression en vue de l'atteinte des objectifs

Résultats de vente

Améliorations suggérées