

Mobilité: vos commerciaux sont-ils suréquipés?

Philippe Nieuwbourg, consultant spécialisé dans l'utilisation des technologies de l'information

«Faute d'appropriation, un outil informatique peut être saboté»



Équiper vos vendeurs d'une solution au top ne garantit pas son utilisation. Ainsi, Philippe Nieuwbourg rapporte le cas d'une société où les commerciaux mal informés n'ont vu dans l'informatisation de leur travail que des contraintes,

un partage de l'information clients sans contrepartie et une pression accrue de leurs supérieurs sur leur emploi du temps... Dès lors, pas question de jouer le jeu! «Lorsque la direction a imposé un plan de rémunération prenant en compte l'utilisation de l'outil de gestion par la force de vente via son taux d'ouverture, ces derniers ont développé un programme informatique ouvrant automatiquement l'application à chaque fois que le PC était allumé.» Et lorsque la direction se rend compte que si le logiciel est activé, aucune donnée clients n'y est déposée, elle décide de prendre en compte le nombre de contacts inscrits dans la base. Là encore, les vendeurs trouvent une parade en concevant un programme qui crée artificiellement des adresses de clients fictifs dans la base de données et les supprime ensuite juste le temps de faire bouger le compteur. «Si ce type de scénario est poussé à son extrême, ce n'est pas non plus un cas isolé», commente Philippe Nieuwbourg pour qui le commercial doit comprendre l'utilité d'un nouvel équipement pour se l'approprier.

>>> transférer via son téléphone... À première vue, on peut légitimement douter de son véritable intérêt pour des vendeurs terrain. L'aspect technologique est formidable, mais l'innovation de ce produit semble conforter l'idée d'une surenchère technologique, d'une course effrénée du toujours plus... D'autant que ce stylo numérique ne dispense en rien l'utilisation d'un PC portable. «Aucun de nos 15 commerciaux ne considère que cet outil est un gadget informatique», affirme pourtant Michel Pronost, le directeur général de BCD, distributeur d'engrais naturel, qui a équipé sa force de vente. Leurs clients sont, en effet, des agriculteurs parfois sous-informés. Les aborder avec un PC rompt le contact humain d'un rendez-vous. «Le stylo communicant donne l'opportunité, au contraire, de rester dans un univers qu'ils semblent maîtriser parce qu'il leur paraît familier.



«Les sociétés qui ne souscrivent pas au "tout high-tech" font profil bas.»

Christine Marcouyoux, présidente de Productis

Par ailleurs, le stylo permet de recueillir la signature du client», assure-t-il. Le coût? 1000 euros par mois pour la quinzaine de vendeurs. «C'est deux fois moins que le salaire d'une personne qui serait chargée de retranscrire les données manuscrites en données informatiques, ce que fait actuellement le stylo», soutient Michel Pronost.

Des outils parfois dissuasifs

La surenchère dans l'équipement mobile peut effectivement aboutir à l'inverse de ce que l'on souhaite sur le terrain. Voir débarquer un commercial avec toute une palette d'outils informatiques peut effrayer des prospects. Jean-François Jarno, senior management chez Unilog Management estime qu'«en phase de prospection, un commercial n'a pas forcément intérêt à sortir tout son matériel informatique, car aussitôt le prospect sera sur ses gardes en se disant qu'il sera enregistré dans des bases de données alors qu'il n'a pris aucune décision».



Attention à ne pas accompagner l'équipement mobile de votre force de vente de tâches de reporting lourdes et contraignantes.

Café Folliet a, dans un premier temps, équipé sa force de vente de PDA grand public. Devant les problèmes rencontrés, il décide de se tourner vers les PDA professionnels.

À l'inverse, il juge que « lorsqu'un vendeur va rencontrer son client, le matériel informatique est indispensable car ce dernier sera sûr que sa demande sera prise en compte, qu'il est bien répertorié dans les bases fichiers de l'entreprise ».

D'où l'importance de bien choisir ses outils d'aide à la vente. Le distributeur de café torréfié Café Folliet en a fait les frais en équipant ses 70 commerciaux de PDA grand public en 2000. Problème de fiabilité, casse fréquente, défaillance technique ont alors privé un grand

En rendez-vous client, le PC portable permet au commercial d'accéder aux fiches produits.



nombre d'entre eux de leur outil de travail. « Jusqu'à six à sept retours aux constructeurs ont ainsi été enregistrés par mois », constate Sylvain Gamé, responsable informatique de Café Folliet. La solution n'a pas été de revenir au bon de commande papier, mais plutôt de se tourner vers des modèles moins gadgets et plus professionnels. Mais la facture est lourde : 1 800 euros pièce.

« Le marché des PDA n'est pas très large, donc les constructeurs proposent souvent du matériel grand public pour une utilisation professionnelle, juge Pierre-Yves Rallet, directeur marketing et partenariats de SFR Entreprises. À l'avenir, le marché devrait se segmenter davantage et les outils des commerciaux seront vraiment différents de ce que l'on verra pour le grand public. »

Une vague de résistance ?

En attendant, force est de constater que la lame de fond des applications mobiles paraît si vaste que peu de sociétés semblent capables de lui résister. « De fait, lorsqu'elles résistent, elles se sentent presque coupables de ne pas avoir franchi le pas au point d'éviter de communiquer dessus et de faire profil bas », commente Christine Marcouyoux, présidente de Productis, une société de service en développe-

ment des ventes. À ce constat, on peut quand même opposer quelques exemples inverses. Ainsi, chez Bouygues Télécom, les commerciaux qui utilisaient, lors de leur prise de commandes, des PC portables reliés directement au logiciel CRM de la société ont fait marche arrière. Jean-François Suteau, ancien ingénieur d'affaire au sein de l'opérateur téléphonique, se souvient des difficultés à saisir en direct les prises de commandes mais aussi à les imprimer. « Pour >>>



« Victime de sa taille et de son utilisation grand public, le PDA est considéré comme un gadget. »

Rémy Poulachon, consultant de Mikropole-Univers