



Nouridine Bourzama, Alexandre Fousse et Thomas Benzazon préparent un BTS action commerciale et travaillent à mi-temps pour Fibail System, sous la houlette de Louisa Hadj-Larbi.



Les jeunes recrues de Fibail System ont pour objectif de détecter un projet et de décrocher un rendez-vous par jour pour les commerciaux terrain.

➔➔➔ 21 ans, l'un des trois téléacteurs. D'autant que Fibail System prévoit de garder les plus performants à l'issue de leur cursus.

Nouridine, Alexandre et Thomas apprécient aussi de travailler dans une entreprise à taille humaine. « Il y règne un esprit de famille. Chacun se montre disponible pour nous conseiller et nous faire partager son expérience », reprend Alexandre Fousse. En plus de ce coaching informel, les trois téléprospectionneurs bénéficient d'un intéressant parcours pédago-

gique. Ils ont suivi un stage de trois jours lors de leur intégration et sont formés aux produits tout au long de l'année.

« Chacun a pour objectif de détecter un projet et de décrocher un rendez-vous chaque jour, souligne Louisa

Hadj-Larbi. En période creuse, ils mènent d'autres missions, comme la qualification de fichiers ou les relances après des campagnes de marketing direct. » Ils perçoivent une prime mensuelle de 100 euros à chaque fois qu'ils atteignent leur objectif, à laquelle s'ajoute un second bonus de 100 euros par contrat signé. Avec dix-huit mois de recul, Frédéric Viard dresse de cette initiative un premier bilan optimiste : « Pour les commerciaux terrain comme pour les partenaires revendeurs, la cellule télévente constitue un appui précieux. » Les chiffres, d'ailleurs, parlent d'eux-mêmes. Depuis son entrée en fonction en janvier 2004, l'équipe de télévente a généré quelque 500 000 euros de volume d'affaires. De quoi remplir le carnet de commandes de Fibail System : au premier semestre de l'année, l'entreprise a vu ses recettes grimper de 30 % par rapport au premier semestre 2004. ■



L'ŒIL DU CONSULTANT



CATHERINE MARCOUYOUX, présidente de Productis, cabinet conseil en développement commercial

Du sang neuf dans l'équipe

Pour la spécialiste du développement commercial, l'initiative de Fibail System est une vraie bonne idée. « Recruter des étudiants apporte incontestablement de la fraîcheur et un œil neuf dans une équipe. » Elle pointe toutefois du doigt un risque d'erreur de casting, inhérent au recrutement de juniors.

« Il faut faire très attention à embaucher les bons profils, qui feront preuve d'aisance et d'intérêt pour l'entreprise et la fonction. Car le téléphone est un vrai métier ! » La consultante insiste sur l'importance de la formation. « Il faut s'investir dans un accompagnement permanent des

téléacteurs, dans l'écoute et la validation des connaissances. » Et de rappeler, enfin, que « toute mission de téléprospection doit être rigoureusement suivie, afin de capitaliser sur l'information récupérée. Ce qui contribue à faire du téléphone un vrai outil stratégique de l'entreprise. »