

Les meilleurs managers commerciaux 2014 ont été récompensés le 24 novembre lors des Trophées Action Commerciale.

Cegos, partenaire de l'événement, fait le point sur les plus belles réalisations des lauréats.



TROPHEE OR

Alexandre Chevalier, Delsey
Directeur commercial Europe



Sa réalisation

Déployer une stratégie multicanal en Europe

Au niveau européen, les produits Delsey étaient essentiellement vendus via les canaux traditionnels. A l'exception de la France où la marque a été créée.

Pour inciter les patrons de pays à utiliser de nouveaux canaux, il donc a décidé de capitaliser sur l'expérience de ses équipes nationales.

Sa méthode, incluant la création de binômes entre pays et le partage d'informations sur intranet, porte déjà ses fruits.



L'avis de notre expert

Alexandre Chevalier nous montre que réussir un grand projet à l'international nécessite un véritable accompagnement des équipes et du changement.

Il a su trouver bon mix entre différentes modalités de partage des connaissances, avec d'une part des binômes et groupes de travail qui mettent les projets en place, et d'autre part un intranet pour prolonger les échanges.

Il a ainsi suscité l'enthousiasme et créé un véritable engagement des équipes autour de son projet.

TROPHEE ARGENT

Hervé Aulner, La Banque Postale
Directeur du réseau des centres d'affaires



Sa réalisation

Renouveler son approche client

Face à une concurrence très forte, il a mis en place une stratégie relationnelle et business très ciblée pour générer de la croissance sur le segment BtoB.

Pour réussir, il a organisé un véritable programme relationnel, incluant soirée VIP, déjeuners, envoi de contenus, multipliant ainsi pour les équipes commerciales les occasions d'échanger avec leurs contacts clés.

Pour aller plus loin, il a fait des managers des relais efficaces de la démarche, en les associant à la création des plans d'actions.



L'avis de notre expert

Pour concrétiser sa stratégie relationnelle BtoB, Hervé Aulner a mis le client au cœur des préoccupations de toutes ses équipes.

Il a su associer les managers au début du projet pour en faire les premiers ambassadeurs de sa stratégie auprès des équipes commerciales.

TROPHEE BRONZE

Bruno Buffenoir, HP France
Vice président - Directeur général des ventes



Sa réalisation

Partir à la conquête des PME

Convaincu du potentiel commercial que représentaient les TPE-PME, segment jusqu'alors en déclin, il a entièrement revu son approche commerciale.

Construction d'une offre dédiée, création d'une force vente sédentaire, fédération d'un réseau de partenaires...

C'est grâce à ce plan d'action solide qu'il a relevé son défi.



L'avis de notre expert

Dans un contexte difficile, Bruno Buffenoir a su trouver un nouveau vivier de développement et le faire fructifier, en fédérant un réseau d'acteurs internes et externes.

L'accompagnement, en particulier par la formation, a été un facteur clé dans la réussite de son projet.

La formation est en effet un bon moyen pour aider les équipes de vente à développer de nouvelles expertises, mais aussi et surtout de garantir leur adhésion et leur cohésion autour de la nouvelle stratégie.

**Le sujet vous intéresse ?
Vous souhaitez en savoir plus ?**

CEGOS - CONSEIL ET FORMATION EN ENTREPRISE

01 55 00 90 50 - www.cegos.fr