

Réunion commerciale

12 juin 2016 8:30 - 12:00

Animateur : Julie Faure

PARTICIPANTS : Bob Johnson, Julie Faure, Gérard Chapuis, Maurice Blanc, David Lambert, Bernard Conrad, Christine Maheu, Rachel Rosenberg

1. Bienvenue 8:30 - 8:45

Description	Revue des ventes des équipes des bureaux en France, Grande-Bretagne et Allemagne.
Note générale	Ventes satisfaisantes, mais nous devons les augmenter de 20 %.

2. Prévisions budgétaires pour 2016 8:45 - 9:30

Description	Chaque responsable présente ses prévisions budgétaires pour l'exercice 2016.
-------------	--

2.1. Grande-Bretagne

Bob Johnson	Le marché britannique est en hausse de 15 % par rapport à l'année dernière. Les ventes en ligne ont augmenté, contribuant au résultat positif final.
-------------	--

2.2. Allemagne

Julie Faure	Le responsable n'était pas suffisamment préparé. Nous devons réexaminer les chiffres plus tard.
-------------	---

2.3. France

Christine Maheu	Le marché français est en baisse de 5 %, en raison des restrictions budgétaires et de la longueur des cycles d'acquisition.
-----------------	---

3. Problèmes et préoccupations

9:30 - 10:15

Description	Chaque responsable présente les problèmes rencontrés au cours de l'exercice 2015.
Note générale	Ventes globalement satisfaisantes, mais la situation du marché français est préoccupante.

3.1. Stratégies à adopter pour résoudre les difficultés rencontrées en 2015

Description	Chaque responsable est invité à proposer des solutions et des stratégies pour résoudre les problèmes rencontrés en 2015, pour qu'ils n'affectent pas les résultats de 2016.
Bob Johnson	Nous nous sommes concentrés sur les marchés à valeur ajoutée, et avons créé des campagnes de marketing spécifiques à ces marchés.
Christine Maheu	Le marché français s'est ralenti sensiblement, nous avons donc décidé de faire davantage de salons pour localiser les secteurs disposant encore de fonds accessibles.
Maurice Blanc	Le marché allemand est en bonne santé et nos chiffres sont plus que corrects, mais nous avons eu de la chance avec deux grosses affaires, ce qui peut ne pas se répéter l'an prochain.
Conclusion	Toutes les stratégies présentées sont intéressantes. Il est clair que chaque région doit mettre une journée de côté pour faire un brainstorming de nouvelles idées. Il est aussi clair que ces stratégies doivent être évaluées sur la durée pour voir ce qui marche et ce qui ne marche pas.

4. Pause

10:15 - 10:30

5. Conseils, tuyaux et méthodologies

10:30 - 11:15

Bob Johnson	Il est essentiel que nous passions au moins 1 jour par semaine à établir de nouvelles stratégies. Chaque responsable doit déterminer celles qui sont les plus prometteuses pour son marché et les zones sur lesquelles se concentrer. Cette méthode a fait ses preuves en Grande-Bretagne. Nous devons aussi mieux utiliser nos partenaires pour stimuler de nouvelles demandes.
Christine Maheu	Une économie solide nous a aidé en Allemagne, mais nous avons aussi ciblé nos efforts sur les marchés de plus forte croissance. Nous nous sommes aussi servi des publications professionnelles disponibles pour cibler nos campagnes de marketing en nous adressant directement aux entreprises répertoriées.

Maurice Blanc

Nous avons identifié les organismes de formation professionnelle que nos solutions sont particulièrement susceptibles d'intéresser.

6. Nouvelles idées de produits à développer

11:15 - 12:00

Note générale

Dans notre domaine, nous avons observé une tendance vers les technologies fondées sur le Cloud. Les logiciels de bureau sont toujours très demandés, mais l'hébergement des données dans le Cloud semble être la solution d'avenir.

Maurice Blanc

Nous devrions produire un module qui associerait les votes positifs des médias sociaux avec les recherches Google pour permettre aux utilisateurs de créer des campagnes de recherche personnalisées pour répondre aux besoins spécifiques d'un appel d'offres par exemple.

Julie Faure

Un produit qui permettrait aux utilisateurs de gérer leurs équipes de manière proactive serait très utile. Par exemple un système qui créerait un lien entre les RH et les chiffres de vente. Les commerciaux sont souvent évalués uniquement sur leurs chiffres de vente, un outil permettant de les évaluer sur d'autres critères gérés par les RH pourrait être très intéressant.

Conclusion

De bonnes idées ont été exprimées. Il est clair que le Cloud est de plus en plus populaire et nos stratégies de développement doivent en tenir compte. Nous allons mettre sur pied une réunion spécifique pour discuter de nouveaux produits dans cette optique.