

Enseignes à réseau

& Lead management



Comment optimiser la conversion des leads ?

Synthèse du webinaire organisé par Le Phare fin janvier 2024

Témoignage de Bruno Romuald
Expert en performance commerciale
30 ans d'expérience en animation commerciale



POINTS CLÉS

LA PROBLÉMATIQUE

- Votre marque/enseigne investit pour capter des leads avant de les redistribuer à son réseau de points de vente, de concessionnaires ou d'artisans revendeurs/poseurs.”
- Comment s'assurer du bon traitement de ces leads ?
- Comment animer la dynamique commerciale ?

LA CHAÎNE DU LEAD

“Il faut animer et challenger le suivi du lead à toutes les étapes.”

- Acquisition (donner envie au prospect de laisser ses coordonnées)
- Qualification/ valorisation (développer l'intérêt du client à rencontrer un vendeur)
- Animation des vendeurs : éviter les aprioris, aller vers le closing, gérer le temps long
- Animation du réseau. Il faut que les réseaux soient parti-prenantes et s'engagent sur le traitement des leads
- Management du lead (Kpi : définition, analyse, amélioration)

LES INDICATEURS

“Ce qui se suit se manage...Ce qui ne se suit pas, ne se manage pas”

Le lead doit être suivi par une équipe pluri-disciplinaires qui fixe les règles :

- Quand on les traite ? Comment on les traite ? Comment on suit le lead ?
- Qui mesure quoi ? Qui reporte à qui ? Comment ? A quelle fréquence ?

“ Les KPI doivent être adaptés aux gens du terrain. Il faut les impliquer dans leur définition pour qu'ils y adhèrent.

- Quelles actions correctives doivent être mises en place (amélioration continue) ?

LES VENDEURS

“Il faut apprendre la patience aux vendeurs”

- Les vendeurs sont-ils managés dans le sens du lead management ?
- L'encadrement intermédiaire est-il soutenu pour activer la performance des vendeurs ?
- Le marché est-il chaud ? tiède ? froid ?
- Analyser les ratés : pas d'écoute ? Trop de forcing ? Mauvais timing ?

L'OUTIL DIGITAL

“Nous avons toujours opté pour des outils sur-mesure. J'ai toujours participé aux groupes de projet pour écrire le cahier des charges”

- Nécessité d'un outil calé sur la réalité du terrain, celle des vendeurs
- Important de les impliquer dans la création de l'outil pour qu'ils y adhèrent
- Préférence pour un outil sur-mesure qui va s'adapter aux spécificités du métier de l'entreprise

Des questions sur la gestion de vos leads ?

Contactez : rozenn.grenat@lephare.com

Découvrez nos histoires clients sur notre site www.lephare.com