



8 astuces pour coordonner et piloter ses opérations commerciales réseau.



()

La mise en place d'une opération commerciale en point de vente demande anticipation et minutie. Au niveau du réseau, comment créer les conditions d'une opération réussie pour tous ?

Qu'elles soient préparées de longue date ou dégainées en réaction aux promotions d'un concurrent, les opérations commerciales ont un but bien précis : créer du trafic en point de vente.

La génération de ce flux client est d'ailleurs bien souvent le nerf de la guerre, ce qui fait l'attractivité d'un franchiseur... et la notoriété de la marque ne suffit pas toujours.



Le calendrier des opérations est souvent bien calibré à l'avance, en fonction des saisonnalités, des collections, des besoins des clients, de l'historique, etc...

Mais une fois décidé, comment optimiser leur déploiement sur le terrain ?

Idélink vous livre ses 8 astuces pour coordonner et piloter vos opérations commerciales :

1. Univers & identité visuelle

Pour vos clients, vous réfléchissez à une campagne de communication avec une identité visuelle forte, mais pour vos équipes ?

Immergez-les dès le départ dans l'univers de votre opération commerciale !

À chaque information que vous leur envoyez sur le sujet, ajoutez des visuels, diffusez leurs vidéos (<https://www.idelink.fr/communication-pdv/>) destinées aux réseaux sociaux bien en amont.

Et si les équipes jouaient le jeu jusque dans leurs tenues ou la décoration de leur salle de pause ?

2. Produits & services

Il n'y a pas que le prix dans la vie !

Avant que l'opération commence, pensez à centraliser et diffuser les informations sur les produits et services concernés, afin que les équipes qui seront au contact des clients sachent les valoriser.

3. Rétroplanning

Chaque service ou presque est concerné par les opérations commerciales, que ce soit le merchandising, le transport, le marketing, etc. Pour autant, ce qui intéresse les équipes, c'est le timing des informations, des arrivages, des actions à mener... Regroupez donc les infos de tous les services en fonction du timing dans lequel les points de vente doivent les assimiler ! Un bon rétroplanning les aidera à ne rien oublier !

Et si vous lanciez un Quiz pour valider que tout le monde a bien tout assimilé ?

4. Indicateurs

Chaque opération commerciale a un but : pensez à le communiquer aux équipes avant... Et à le mesurer pendant à l'aide d'indicateurs objectifs.

Encore mieux : et si vous lanciez un challenge

(https://www.idelink.fr/animation_commerciale/) sur ces kpi ?



5. Animation

Au lancement d'une opération, tout le monde est focus, mais comment garder tout le monde en énergie jusqu'au bout ? C'est par l'animation que ça passe ! Faire une visioconférence en amont pour rappeler les étapes, demander aux équipes terrain de faire une réunion avec leurs équipes, les alerter avec des updates pendant l'opération, animer le challenge de façon immersive avec une application adaptée...

Et si vous prépariez pour vos équipes terrain un kit clef en main pour animer leurs réunions en point de vente ?

6. Mise en place

Quoi de plus frustrant que de préparer une opération réseau mais de ne pas pouvoir en voir le résultat le jour J ? On se lance alors dans une folle tournée de visites flash, on enquille les kilomètres, on demande des photos de réalisations à ses directeurs régionaux qu'on reçoit sur whatsapp, sur drive, par sms... un résultat forcément subjectif mais qui rassure (ou pas) sur la réussite qualitative de l'opération avant d'en mesurer la réussite quantitative coté chiffres. (et de rectifier si besoin)

Mais si l'idéal c'était de demander à chacun d'évaluer sa mise en place avec des critères objectifs et des photos via une [application dédiée](https://www.idelink.fr/visites/) (<https://www.idelink.fr/visites/>) pour pouvoir suivre le déploiement objectivement et sereinement à distance ?

7. détecter les points de blocage

Un grain de sable dans les rouages peut, à distance, prendre des proportions considérables. Un souci d'approvisionnement ? Une plv pas arrivée ? Une incompréhension ? L'important est avant tout de s'en rendre compte rapidement pour rectifier au plus vite.

Un pourcentage de non-conformité trop fort est une information qui n'a d'intérêt que si on sait facilement où ça coince !

8. Partager & célébrer !!

Parce qu'un réseau c'est plus qu'une somme de points de vente isolés, il est important de partager les plus belles réussites ! Cela permet de valoriser les équipes en réussite et de donner des idées aux autres. Diffuser des photos ou vidéos d'autres points de vente via un canal mobile, ça a beaucoup plus d'impact que via un mail à lire en caisse entre 2 clients !



Vous l'aurez compris, la pertinence d'une opération commerciale se décide au siège, mais lors de sa mise en place, il est primordial de basculer en mode terrain pour une exécution parfaite. Cela demande un bon mindset, de [bons outils](#) (<https://www.idelink.fr/>) et une bonne dose d'énergie !

Toni Da Cruz

IDELINK (<https://franchisebusinessclub.com/p/idelink>)

[#management](#) (/recherche?terms=management)

[#performance](#) (/recherche?terms=performance)

2 1



Vous devez être connecté pour pouvoir commenter

[Connexion](#)



Commenter



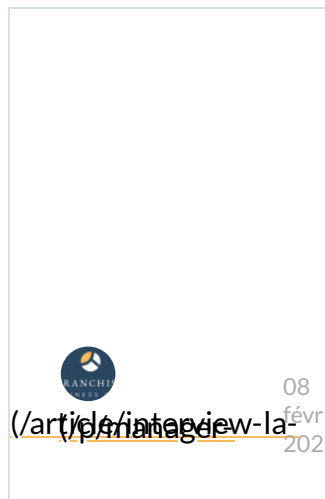
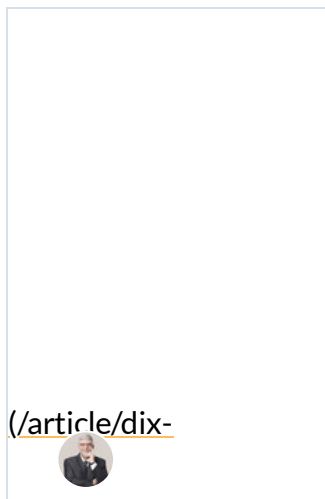
[\(/membre/laredactionduclub\)](#)

LaRedactionDuClub (/membre/laredactionduclub...)

Merci pour cet article. Un conseil, lorsque vous copiez collez votre texte, faites-le avec des sous-titres dans le même format que les paragraphes.... puis mettez en H3 après avoir collé. Vos sous-titres seront tous dans le même format ...

Répondre • 16/02/2022

Recommandations d'article



caractéristiques du franchisé qui réussit) (/article/dix-
caracteristiques-du-franchise-qui-reussit)

Article

Dix caractéristiques du franchisé qui réussit...

(/article/dix-

3 ♥

[\(/article/dix-
caracteristiques-
du-franchise-
qui-reussit\)](#)

limites d'intervention du franchiseur) (/article/interview-
la-limite-d-intervention-du-franchiseur)

Article

Interview : La limite d'intervention du franchiseur

(/article/interview

1 ♥

[\(/article/interview-
la-limite-d-
intervention-du-
franchiseur\)](#)

se doter des outils pour réussir 4-9-bis) (/article/avant-
de-developper-son-reseau-se-doter-des-outils-pour-reussir-4-9-bis)

Article

Avant de développer son réseau, se doter des outils pour réussir ! 4/9 bis

.. . . .

♥

[\(/article/avant-
de-developper-
son-reseau-se-
doter-des-
outils-pour-
reussir-4-9-bis\)](#)



Mentions légales • Conditions générales d'utilisation • Politique de confidentialité (/confidentialite)

