

La fonction commerciale : une mission clé aux enjeux trop souvent négligés



Jean-Charles Spanelis

Bien que les services commerciaux et de vente soient ceux qui apportent du chiffre d'affaires, la fonction est paradoxalement négligée. Les enjeux sont pourtant essentiels, surtout pour les petites entreprises. Ceci s'explique par certaines pesanteurs, ainsi que par la complexité d'un management pas toujours simple à mettre en œuvre. Cependant des solutions existent pour sortir de cette ornière et créer de la valeur. Regards sur la question avec Jean-Charles Spanelis, CEO et fondateur Finelis

La gestion de la fonction commerciale reste une gageure

Les dirigeants de petites entreprises sont des experts de leur métier. Cependant, être patron impose une vision à 360°. L'évaluation des commerciaux est à ce titre un problème récurrent, prétexte à la réouverture du débat entre les résultats et les moyens...

« Les commerciaux ont besoin de moyens, notamment digitaux, comme des CRM performants. Mais ceux-ci ont un prix que les petits entrepreneurs ne sont pas toujours disposés à mettre, d'autant plus que ces outils ne sont pas toujours maîtrisés. » explique Jean-Charles Spanelis.

« A cela s'ajoute la difficulté d'attirer les bons commerciaux. Mais le principal obstacle reste la difficile relation entre la fonction commerciale et les dirigeants d'entreprises. »

La solution de l'externalisation du développement commercial

Dans les grosses structures, les commerciaux se plaindront de la lourdeur de certains process, et de l'évaluation de leurs performances.

Cette plainte restera dans les PME et un dirigeant de petite entreprise, souvent seul, aura du mal à manager des commerciaux dont il ne comprend pas toujours les besoins.

Le turnover dans cette profession ne l'incitera pas non plus à faire les investissements nécessaires. Pourtant, le commercial d'une PME a des besoins pour assurer sa position face à des concurrents mieux dotés.



L'externalisation de la fonction commerciale s'impose comme la solution idéale, offrant un gain de temps au dirigeant qui n'a plus à se soucier du management de son service des ventes. Cette solution apporte une souplesse financière via la baisse de la masse salariale, toujours appréciable lors de périodes incertaines.

L'outsourcing commercial par Finelis

« Au fond, l'externalisation de la fonction commerciale permet de casser les codes. Elle évite aux commerciaux de subir les pesanteurs dans les entreprises, et offre au dirigeant l'opportunité de réaliser des gains de temps comme d'argent, tout en permettant d'attirer les meilleurs profils. » confie Jean-Charles Spanelis.

Le recours à l'outsourcing du développement commercial permet aussi au dirigeant une mesure simple des performances. La solution de Finelis est sans engagement, modulable selon les besoins et budgets de chaque entreprise, et le dirigeant pourra constater les résultats après quelques mois, quel que soit son secteur d'activité.

Jean-Charles Spanelis résume sa méthode : « Pour pénétrer les marchés visés, la stratégie commerciale opérationnelle qui est notre ADN nous permet d'identifier et contacter les bonnes personnes en mettant en œuvre les outils, méthodes et process commerciaux et marketing pertinents sans que le client ait à faire de lourds investissements ni en argent ni en temps. Notre solution d'externalisation commerciale intègre aussi une offre de coaching afin d'accompagner les dirigeants de PME dans ce nouveau « voyage »... Alors êtes-vous prêts à partir avec nous ? »



Plus d'infos

Site : <https://www.finelis.com/fr/contactez-nous/>
 Mail : jcspanelis@finelis.com
 Tél : +33 6 76 03 47 81
 LinkedIn : <https://www.linkedin.com/in/jeancharlesspanelis/>

En savoir plus sur : finelis, le mouton à 5 pattes de la Vente

Externaliser sa Force de vente*

Externaliser c'est donner un virage à son entreprise pour booster son activité commerciale !

