

PREFACE

“Ecrire tout le bien que l'on pense d'un ouvrage est chose aisée et un grand plaisir quand il est l'œuvre d'un homme de qualité qui parle au travers d'un solide parcours professionnel de 38 années, dont 10 ans de bureau d'études bâtiment puis plus de 20 ans de carrière dans la fonction commerciale.

Dans l'entreprise il y a souvent une dichotomie entre la technique et le commerce et les relations entre ces deux mondes sont souvent difficiles et reposent sur des incompréhensions réciproques. Il est à remarquer qu'un technicien est plus efficace avec la dimension commerciale et le commercial plus crédible avec la dimension technique. Parfois notre sécurité peut en dépendre.

L'ouvrage de Michel Raoult se veut être le trait d'union entre la technique et le commerce car il apporte une réponse aux processus relationnels entre le commercial et le technologue en permettant de se faire une idée de l'ensemble des synergies et des relations à mettre en jeu au sein du monde du travail.

La culture commerciale et la culture technique doivent se rapprocher et faire la valeur commune de l'entreprise pour progresser durablement et trouver de nouveaux clients.

Pour résumer, ce livre a pour objectif de créer le passage entre ces deux mondes, en voulant créer une culture d'entreprise reposant sur la connaissance et la compréhension des activités des différents acteurs. Il met l'accent sur les enjeux économiques et sociaux de l'entreprise et les besoins d'un relationnel fort entre ses composantes.

Je crois très sincèrement à l'originalité de cet ouvrage parmi la littérature technique et commerciale actuelle : le livre de Michel Raoult arrive au bon moment et sera de grande utilité pour les acteurs de l'entreprise et même du monde de la formation.”

Claude Gillet

Inspecteur d'académie

Inspecteur pédagogique régional en sciences et techniques industrielles

AVANT-PROPOS

Les règles de l'art de savoir-faire ancestraux permettent de développer de nouvelles techniques et de nouveaux produits. Les hommes qui portent ces techniques évoluent, ceux qui ont vocation à développer leurs compétences et à communiquer avec leur entourage peuvent s'ouvrir avec succès de nouveaux horizons.

Le commerce allie la communication et la relation humaine aux techniques industrielles pour faire connaître les produits, vivre les affaires et évoluer l'entreprise dans son marché. Commerce & Technique... mode d'emploi(s) est un ouvrage de réflexions personnelles, qui offre des clés pour découvrir et s'ouvrir les métiers et différentes fonctions relevant du commerce. Il offre également la possibilité d'en sortir et de continuer à s'accomplir dans les fonctions qui s'y rapportent ou lui sont proches.

Les technico-commerciaux ont l'avenir devant eux, parce que la fonction est porteuse de richesse dans la vie de l'entreprise et aura sa place d'honneur parmi les huit millions de personnes qui seront à recruter dans les années qui viennent, pour cause de croissance et de départ en retraite de la génération du baby boom. Même les "SDF" (sans diplôme et formation) auront leur chance de trouver un emploi stable. Les entreprises formeront sur le tas ces sans-diplômés, de nombreux postes s'offrent déjà à eux en contrat d'apprentissage en alternance ou de qualif'.

62% de bacheliers reçus au baccalauréat engendrent 38% de non-bacheliers, quand bien même les autodidactes sauraient parfois mieux s'investir dans une formation professionnelle permanente que les ingénieurs qui continuent à se réclamer du nom de "leur école", ces ENSAM et autres INSA. Cela quelquefois après vingt ans d'exercice professionnel, sans ou avec très peu de remise en cause de leur savoir. Ne considère-t-on pas un peu trop facilement que le baccalauréat actuel, correspond à l'ancien brevet des collèges ?

La main-d'œuvre d'intervention qui accompagne et investit les services sera, nous l'espérons, "mieux payée", travaillant de plus en plus en horaires décalés et en CDD. Les services de relation à la clientèle, de livraisons et de dépannages seront progressivement externalisés de la grande entreprise. Cela en fonction d'une demande forte des utilisateurs d'obtenir ce qu'ils veulent, au moment où ils le veulent. Nos habitudes de consommation engendrent quelque part de plus en plus de précarité. Comment dans ce monde turbulent et complexe trouver notre juste place ?

A la fois heureux de vivre et inquiet de l'avenir, l'homme d'aujourd'hui accorde difficilement sa fidélité et exècre tout changement radical et gratuit. Notre premier constat mi-pessimiste ou mi-optimiste, mais quasiment inéluctable, est que nous adoptons progressivement l'anglais comme première ou seconde langue de travail. Si vous maîtrisez déjà cette langue, alors tout ira bien. Les conférences et documents scientifiques et techniques sont rédigés majoritairement en anglais, on le vérifie sur Internet. Pour les autres, il va nous falloir rattraper un retard très franco-français. Des exclus linguistiques se profilent à l'horizon. Les carrières stagneront pour ceux qui refuseront de s'expatrier quelque temps, afin d'apprendre sur place la langue de Shakespeare.

L'anglais lu et parlé et l'américain sont entrés dans notre culture et s'imposent. Comme le français rayonnant le fit au siècle des Lumières dans de nombreux pays. En CMI et CM2, 76,2% des petits Français apprennent l'anglais, c'est donc la langue étrangère prédominante. Notre univers doit aux Anglo-Saxons, non seulement un langage, mais désormais un mode de vie où la mondialisation de l'économie est l'une des composantes et des constantes fortes. La mondialisation évoque déjà pour 25% des Français la domination des Etats-Unis. Les grands noms du business imposent un langage commun à travers le monde des affaires. Ce langage technocratique d'initié se répand comme une trainée de poudre, personne n'ignore plus le mot "management". Mais restons indulgents. Le Plan Marshall à la fin de la seconde guerre mondiale a été le redresseur de

l'économie de la France, de la Grande-Bretagne et même des ennemis des Etats-Unis : l'Allemagne, l'Italie et le Japon. Nous devons beaucoup à nos alliés américains... Rassurez-vous, comme vous et avant d'y être allé, je pensais plutôt du mal des japonais. Comme des Américains, par léger chauvinisme certainement.

Pour compenser les expressions anglo-saxonnes truculentes qui parsèment ce document, nous n'apposerons que quelques citations éparses, juste pour la pertinence d'un à-propos circonstancié et afin d'équilibrer équitablement les niveaux de lecture, par des temps de repos opportuns.

Aussi ferons-nous une petite proposition pour commencer : avez-vous songé à demander au responsable de formation de votre société de vous offrir des cours d'anglais (ou de toute autre langue dont vous pouvez avoir besoin) ? Ce serait pourtant l'occasion de sortir de votre cadre habituel, de partager avec d'autres collègues des moments d'apprentissage et de détente, mais surtout d'apprendre à entendre et à mieux connaître les collègues de travail.

Nous vivons une partie importante de notre vie (sinon la totalité) en société et nous ignorons le fonctionnement de nos proches, voire encore notre propre fonctionnement vis-à-vis des autres. Or faire du commerce c'est d'abord beaucoup et mieux écouter les autres.

Nous venons pratiquement tous de la technique, par l'enseignement ou l'expérience, et nous avons idée d'évoluer. Les techniciens de bureau d'études dans la construction ont pour habitude de passer aux travaux (coordination de chantier) ou de s'orienter vers le commerce. Comment parler de la vie d'un bâtiment sans en connaître l'ossature, l'architecture, les composants ? Au-delà du génie climatique il y a le confort et l'architecture environnementale. Aujourd'hui l'on donne du sens au produit, parce que celui-ci interagit dans un contexte plus global. Nous sommes appelés à être pluridisciplinaires : le paradigme de la climatique est une hydre dont les ramifications réglementaires vont de l'hygiène et la santé publique aux équipements sous pression et au code de la construction.

Cette complexité de notre vie professionnelle est fortement reliée à la complexité de la relation entre les individus et à notre intégration dans la société. Nous vous proposons de réfléchir ensemble sur ces différents tableaux. Nous avancerons par étapes, proposerons des pistes à explorer et apporterons quelques solutions à des problèmes, comme nous avons eu à le faire auprès de nombreux clients. L'objectif principal étant de permettre à chacun d'entre vous de trouver par la suite ses propres solutions. L'autonomisation de nos lecteurs, la liberté de leur parcours professionnel, leur réussite personnelle sont notre plus sincère motivation.

Puisse cet ouvrage vous faire oser l'ouverture de nouvelles portes.

Prenons un exemple, avez-vous lu ces propos tenus récemment par Bernard THIBAUT, le leader de la Confédération Générale du Travail, la CGT ?

"Aujourd'hui, tout syndicaliste qui n'intègre pas l'environnement national, voire international, dans son activité au sein de son entreprise ou de sa branche peut être rapidement en décalage avec ce que ressentent ses interlocuteurs. Tout projet, pour être réaliste, doit donc être fondé sur une bonne connaissance des évolutions à l'œuvre dans son environnement économique et social. Cet environnement est complexe, il permet plusieurs lectures, il autorise plusieurs chemins. Or la réalité est trop souvent confondue avec l'image que veulent lui imposer les idées dominantes."

On constate ça et là une vague de pessimisme qui contamine nos entreprises, démotive de nombreux collaborateurs et finalement inquiète bon nombre d'entrepreneurs. Prenons de la distance en toute chose. Nous allons tenter au long des lignes qui vont suivre d'être pragmatique, de le rester, de bien examiner la situation, de proposer des solutions et d'agir sur notre problème avec le bon sens et l'humour qui nous caractérisent. Voyons-nous tels que nous sommes et restons modestes : notre avenir en dépend, parce que finalement notre vie professionnelle est composée d'un énorme volet social, trop souvent occulté. ■

SOMMAIRE

Avant-propos	7
Chapitre 1 : L'économie et le marché	9
1. L'économie de marché	
2. Le monde et soi	
3. Nos vrais besoins	
4. Réalisme et pragmatisme individuels	
5. Comment mener un projet ou sa propre entreprise ?	
Chapitre 2 : L'entreprise industrielle à vocation commerciale	27
1. Le personnel salarié	
2. Employabilité	
3. Les différents services de l'entreprise	
4. La marchandise, le produit, le service	
5. Une ou des techniques reconnues	
Chapitre 3 : Fonctions de base du service commercial	41
1. Le commerce	
2. L'organisation commerciale	
3. La fonction commerciale	
4. Les hommes de l'art	
5. Le prospecteur ou le technicien avant-vente	
6. Le prescripteur	
7. le technico-commercial	
8. L'après-vente ou le service client	
9. Une assistance fonctionnelle efficace	
Chapitre 4 : Manager	61
1. Des négociateurs efficaces	
2. Le marketing	
3. Le manager du service commercial	
4. Les difficultés pour les managers	
5. Les résultats commerciaux	
Chapitre 5 : Les hommes	83
1. Les fonctions	
2. Commencer par un état des lieux...	
3. Mais aussi savoir se vendre en interne	
4. Les différents savoirs d'un individu	
5. Le savoir technique	
6. La formation technico-commerciale	
Chapitre 6 : L'avant-vente	111
1. La préparation de l'action commerciale	
2. Les données et les fiches	
3. Mon pense-bête	
4. Le secteur d'intervention	

5. Une connaissance parfaite de son produit comme de son client
6. Le contact client
7. Attitudes et postures chez le client
8. L'importance des clients
9. Les vrais décideurs
10. Les experts choisis par le client

Chapitre 7 : La vente135

1. Soyez vous-même !
2. Le prix
3. Le produit, le service, la prestation
4. Les petits plus malins
5. Le recours à des techniques de vente
6. L'acte de vente
7. La contractualisation de l'acte de vente

Chapitre 8 : La relation client159

1. Le parrainage
2. Encourager les bonnes initiatives externes
3. Le debriefing et le work out
4. La tenue des réunions de réflexion
5. La communication d'entreprise
6. L'après-vente
7. L'assistance technique
8. Le baromètre de la satisfaction client
9. La recherche de la satisfaction optimale

Chapitre 9 : Responsabilités juridiques183

1. Le droit du travail
2. Risque et principe de responsabilité
3. Le devoir de conseil et de sécurité
4. Rédaction des contrats et annexes

Chapitre 10 : Accompagnement pour la réussite197

1. Le site Web de l'entreprise
2. La communication commerciale
3. Si vous sortiez vos partenaires et vos clients ?
4. Le coach des cadres en interne
5. Le consultant
6. L'homme orchestre
7. Savoir-être au XXI^e siècle

Aide-mémoire de la vente237

- A) A quoi ressemble un entretien type ?
- B) Toujours bien poser les problèmes
- C) En résumé