

Améliorer la relation client en magasin

Société :	Mobalpa
Stratégie :	Passer d'une culture de fabricant à une culture de vente conseil pour améliorer la productivité commerciale
Programme :	- Atelier de conception du Guide de Relation Client - Formation de formateur pour déploiement du GRC - Formation au coaching
Population formée :	500 managers et vendeurs

Le marché des cuisinistes, en forte croissance est néanmoins extrêmement atomisé avec 3 acteurs principaux que sont Mobalpa (7%), Cuisines Schmitt (7%), Arthur Bonnet (3%). Les enseignes de grande distribution spécialisée comme Lapeyre, Leroy-Merlin sont des acteurs grandissants sur le marché.

Il existe également une concurrence indirecte : un même budget peut être affecté à un voyage, une voiture ou à une cuisine.

Le panier moyen d'une cuisine augmente de par l'incorporation d'éléments high-tech et la tendance au cocooning. L'achat d'une cuisine reste très impliquant. Le client se transforme donc en acheteur et attend du professionnalisme de la part des vendeurs.

Mais il s'avère que les pratiques commerciales de certains professionnels ont fait énormément de tort au marché des cuisines. Jugeant les techniques de ventes utilisées agressives, les consommateurs se tournent vers les marques.

Pour répondre aux nouvelles attentes des clients et faire face à cette concurrence éparse, il est donc nécessaire de professionnaliser le processus de relation client et d'améliorer l'approche commerciale en magasin.

Pourquoi ce projet ?

Il était essentiel pour Mobalpa de passer d'une culture de fabricant à une culture de vente conseil orienté client et d'augmenter la productivité commerciale en apportant une approche commerciale structurée aux vendeurs.

L'objectif était également d'homogénéiser les pratiques commerciales pour mieux les évaluer et les faire progresser.

D'autre part, il n'existe pas de formation initiale pour le métier de vendeur-concepteur qui requiert de multiples compétences : vendeur, créatif ayant une bonne gestion des volumes architecturaux, des compétences techniques (sanitaires, plomberie) et de gestion informatique des dossiers. Face à ce constat, il était donc important pour Mobalpa de structurer l'approche commerciale des vendeurs-concepteurs.

Pourquoi AchieveGlobal ?

« Nous avons choisi de travailler avec AchieveGlobal car ils ont une vraie expertise de la définition et la mise en œuvre de processus de relation client », dit Marie-Paule Foulmer, responsable du centre de formation du réseau Mobalpa.

AchieveGlobal a apporté une solution complète en 2 phases ; d'abord une phase de conseil pour définir un Processus de Relation Client, puis une phase de déploiement de ce processus par le biais de formation aux techniques de vente et de coaching, facilitant ainsi la mise en œuvre des activités du processus de relation client.

La concrétisation du projet

Après avoir identifié les indicateurs clés de mesure de la performance commerciale de Mobalpa, un modèle de relation client a été construit à partir du recueil de bonnes pratiques. Animé par AchieveGlobal, un groupe de collaborateurs de métiers différents a travaillé à cette analyse de la relation client, de son entrée dans le magasin jusqu'à la pose de la cuisine.

Ce modèle appelé *Guide de Relation Client* permet de cartographier les activités qui ont de la valeur aux yeux du client. Pour obtenir l'adhésion de l'ensemble de la force de vente, le modèle dessiné par cet échantillon de collaborateurs fut confirmé et amendé par un panel de collaborateurs et de consommateurs de la société. Après compilations de toutes les remarques, le modèle final a été présenté à tout le réseau.

Le Guide de relation client fut ensuite déployé en deux temps auprès des collaborateurs de 150 magasins du réseau Mobalpa. Les 200 dirigeants et managers suivirent d'abord une formation au Guide de Relation Client accompagné de la formation « Faire Valoir les Points Forts chez les Autres ». Ce programme met en exergue le rôle et l'importance du coaching et permet d'acquérir des techniques d'écoute et de demande d'informations pour être un coach efficace. AchieveGlobal a également formé l'équipe de formateurs internes du centre de formation, leur permettant ainsi d'assurer eux-mêmes la formation de 350 vendeurs-concepteurs au Guide de Relation Client.

Résultats

Le réseau Mobalpa a mis en place une charte d'adhésion au Guide de Relation Client. A ce jour, plus de 50% des magasins ont déjà adhéré à cette charte. Cela permet d'ajouter de nouveaux indicateurs de mesure et de suivre l'amélioration de la performance commerciale liée à la mise en œuvre d'un processus de vente structurant.

Ce projet de définition du Processus de Relation Client suivi de formations au coaching a permis de structurer la démarche commerciale et de créer un langage commercial commun. « Le Guide de Relation Client nous a permis d'atteindre une cohérence de langage entre le discours commercial de l'enseigne et celui des vendeurs-concepteurs. Les pratiques commerciales sont de plus en plus homogènes car le Guide de Relation Client relaye le point de vue du client », explique M-P. Foulmer.

A venir...

Pour assurer le déploiement du Guide de Relation Client au quotidien dans les magasins, une démarche de coaching opérationnel se développe. Elle doit permettre de continuer à homogénéiser les pratiques commerciales et augmenter le taux de concrétisation, mesure de la performance commerciale au sein du réseau Mobalpa.