



## Un Investissement Stratégique

**Comment l'équipe de vente de STERIS a développé son avantage concurrentiel en construisant des relations clients à long terme ?**

Par LeQuinda P. Brewington

**Société :** Stéris

**Industrie :** Production

**Stratégie :** Renforcer les compétences de vente stratégique pour une force de vente expérimentée en maximisant les opportunités de vente et de contact avec les grands comptes.

**Implémentation :** Winning Account Strategies

**Population formée :** 250 commerciaux, chefs de secteur et directeurs régionaux aux USA et au Canada

**Résultats :** Outre le fait d'augmenter leur efficacité dans la relation avec des décideurs, plusieurs participants ont dit être mieux préparés pour gérer leurs comptes et avoir une approche plus réfléchie sur la situation spécifique de chaque client.

STERIS Corporation est un important fournisseur de systèmes, de produits, de services et de technologies de prévention des infections, de prévention de la contamination, de réduction microbienne et de supports chirurgicaux destinés à des applications médicales, scientifiques et industrielles dans le monde entier.

Pour accroître son développement, le comité de direction de Steris a lancé avec succès une campagne offensive de croissance externe sur 6 ans pour étendre son offre produits par le biais d'acquisitions.

En 1999, les sociétés nouvellement fusionnées avaient généré un chiffre d'affaires de plus de 797 millions de dollars (698 millions d'euros). Mais cette croissance rapide a généré quelques challenges.

« *Nous avons acquis tellement de sociétés en si peu de temps que notre force de vente a éprouvé des difficultés à promouvoir notre immense ligne de produits et manquait d'outils pour gérer efficacement leurs activités.* », explique Bob Straub, Responsable de la formation métiers et vente. « *Par ailleurs, même si nos commerciaux vendaient les mêmes produits, il y avait trop peu d'homogénéité dans ce que nous faisons.* »

### Développer la cohésion d'équipe

L'équipe de direction de Stéris savait qu'une solution devait être trouvée. Les efforts pour stabiliser l'équipe, pour retenir et assurer le développement professionnel des commerciaux est rapidement devenu une priorité.

Pour atteindre ses objectifs, Stéris devait développer une approche commune de la vente de ses produits. Pour rendre sa force de vente homogène, l'entreprise s'est appuyée sur deux axes : ajuster le plan de rémunération pour le rendre plus efficace, et créer une culture de développement professionnel. STERIS a commencé à développer auprès de la force de vente l'idée de vendre « plus loin, plus large, plus haut ».

Pour accomplir ces objectifs, Stéris a défini 7 compétences clés essentielles au succès de sa force de vente et donc de ses ventes. Regroupées en 3 grandes catégories, elles incluent :

### Planification

- Développement de comptes
- Gestion du territoire
- Profitabilité des ventes

### Communication

- Interactions avec les clients
- Résolutions de problèmes
- Professionnalisme

**AchieveGlobal** aide les entreprises à traduire leur stratégie en résultats concrets, en développant les compétences et la performance de leurs équipes.

Leader Mondial du conseil et de la formation, nous sommes présents dans 42 pays et aidons les entreprises dans les domaines de la performance commerciale, de la relation de service, du leadership, du management et du travail en équipe.

### **Connaissances techniques et application pratique**

Les connaissances techniques et leurs applications sont les bases autour desquelles gravitent les 6 compétences citées ci-dessus. *« Ce n'est plus suffisant aujourd'hui de juste vendre le produit . Nous attendons de nos commerciaux qu'ils connaissent les spécifications de nos produits, mais surtout la façon dont ceux-ci peuvent être utilisés dans une grande variété d'applications cliniques, afin de permettre à nos clients de répondre aux attentes des patients .»*

### **Le cœur du problème**

Malgré la mise en place de méthodes de vente homogènes, une difficulté subsistait. *« La compréhension et la mise en œuvre de ces standards par les commerciaux étaient extrêmement sommaires »,* dit Straub. *« Ce fut particulièrement vrai pour le processus de développement de comptes, car personne n'en comprenait réellement la signification. »*

Il était évident qu'ils avaient besoin d'être mieux formés au développement de compte pour développer une approche homogène sur le marché des soins médicaux. Il était encore plus évident que Stéris avait besoin d'aide pour ce faire. Stéris a donc fait appel à AchieveGlobal.

*« Nous étions déjà en relation avec l'une des sociétés acquises par Stéris, ils savaient donc que nous pouvions obtenir des résultats, raconte Eileen Gallagher, consultante AchieveGlobal. « Ils connaissaient notre programme de Développement Stratégique de Compte (ADS), et ont décidé qu'il constituerait les fondements leur permettant de définir des standards.»*

Les Directeurs régionaux et les chefs de secteurs ont commencé la formation en juillet. *« Nous avons pensé que, pour réussir, qu'il était indispensable que nous obtenions l'adhésion du management opérationnel à ce programme, »* dit Ray

Dunning, Vice-Président Ventes Amérique du Nord.

Le mois suivant, tous les commerciaux Stéris Amérique du nord suivaient Winning Account Strategies.

Winning Account Strategies est un atelier de 2 jours destiné aux commerciaux et aux managers qui possèdent déjà de solides techniques de ventes et qui souhaitent maximiser leurs opportunités de vente et de relations avec les comptes clés en ayant une approche beaucoup plus stratégique.

Cette formation très participative issue des recherches récentes réalisées par AchieveGlobal décrit un processus en 5 étapes qui maximise le développement de comptes clé. Le programme fait découvrir de nouveaux concepts, des outils et méthodes qui permettent aux commerciaux de construire des relations durables et solides avec leurs clients dans un environnement concurrentiel.

### **Winning Account Strategy a aidé les commerciaux de Stéris...**

- ◆ A développer leur efficacité en développant plus de chiffre d'affaire, plus rapidement
- ◆ A maîtriser les stratégies et méthodes qui leur permettent de gagner et de garder de nouveaux comptes
- ◆ A être considérés par leurs clients comme des conseillers compétents et fiables
- ◆ A échanger avec leurs meilleures pratiques en s'appuyant sur leurs cas clients

*« Winning Account Stratégies (WAS) nous a permis de découvrir une équipe commerciale avide d'outils leur permettant de pénétrer de manière plus significative leurs comptes »* dit Mr Straub. *« La barre a été fixée plus haut pour notre force de vente et cela a permis de réduire le turnover. Les attentes de nos vendeurs : avoir d'autres programmes de développement dans le futur.»*