

UPTOO

LES LIVRES BLANCS

COMMENT MOTIVER SES COMMERCIAUX ?



TABLE DES MATIÈRES

1

Introduction

2

Les motivations ont changé !

Nouvelles générations, nouvelles motivations ! _____ p.4

Motiver les meilleurs ou les retardataires ? _____ p.5

3

Les challenges sont toujours de la partie !

Des challenges numériques et plus humains _____ p.6

Ce qu'il faut faire et ne pas faire _____ p.7

4

Motiver sa force de vente sans argent

Engager les collaborateurs pour les motiver _____ p.8

Apporter toujours plus au commercial _____ p.9

5

Les directeurs commerciaux créatifs

Exemples de gaming _____ p.10

1

INTRODUCTION

Votre équipe commerciale a perdu sa motivation ? La situation est critique ! Les commerciaux sont la 1ère ligne de votre business - et les garder motivés est la clé de la réussite de votre entreprise. Uptoo, cabinet de recrutement 100% dédié aux métiers de la vente se penche aujourd'hui sur cette préoccupation majeure des directeurs et managers commerciaux.

Deux questions sont abordées :

#1
Quelles sont
les nouvelles motivations
des commerciaux ?

#2
Quelles sont
les techniques de motivation
qui marchent le mieux ?

Questions auxquelles Commerciaux, Directeurs Commerciaux et DRH/RRH sont confrontés au quotidien. Notre étude a ainsi pour objectif d'aider à :



Comprendre la réalité des
besoins des commerciaux



Améliorer la productivité
des commerciaux au travail



Baisser le turn-over des
équipes de vente



LES MOTIVATIONS ONT CHANGÉ !

Trop d'entreprises ne valorisent pas leurs équipes de vente en interne. Peu soutenues par les directions, elles sont pourtant en première ligne face aux clients et ont un impact direct sur le succès de l'entreprise.

Pour motiver efficacement votre force de vente, vous devez créer en amont une culture d'entreprise « conviviale » et axée sur les résultats, qui saura à la fois :

#1 Encourager la compétition amicale

#2 Reconnaître l'envie des commerciaux d'être récompensés



Et si vous pensez que les incitations financières sont LA solution, vous avez (presque) tout faux !

NOUVELLES GÉNÉRATIONS, NOUVELLES MOTIVATIONS

Les études récentes montrent que la motivation des commerciaux a évolué et devient de plus en plus complexe. Alors que les commerciaux des générations précédentes s'attachent au bonus et aux primes, les nouvelles générations valorisent plus la reconnaissance de leur travail, les perspectives d'évolution et l'accomplissement de soi. Pour motiver des équipes inter-générationnelles, il faut savoir identifier les leviers de chacun :



Formation

- **Développement des compétences** : pour 44 % des commerciaux, c'est l'élément qu'ils aiment le plus dans leur job !
- **Progressions réalisées** et reconnaissance de l'effort.
- **Perspectives d'évolution** : les jeunes générations accordent plus d'importance aux opportunités d'évolution que leurs aînés.

Rémunération

- La cause la plus fréquente de départ ...
- Les commerciaux les plus âgés accordent plus d'importance à l'argent que les nouvelles générations.
- Les meilleures entreprises proposent fixe, variable déplafonné et incentives.



Environnement de travail

- **Ambiance de travail** et qualité de vie aux bureaux.
- **Autonomie et prise d'initiatives** : votre équipe veut être écoutée ! Laissez donc la place à la discussion et à l'écoute.
- **Travail en équipe** : le mythe du loup solitaire est révolu. Pour les commerciaux, travailler en équipe est valorisant.

MOTIVER LES MEILLEURS OU LES RETARDATAIRES ?

Faut-il pousser les locomotives encore plus ou faut-il tirer vers le haut les moins bons ? Les deux ! Mais l'approche doit être différente : alors que des **bonus trimestriels** permettent de motiver la queue du peloton toute l'année, des **commissions déplafonnées** pousseront les meilleurs à se dépasser !

NOS RECOMMANDATIONS AUX DÉCIDEURS

La motivation et la fidélité des commerciaux sont étroitement liées, ne l'oubliez pas. **Un commercial qui juge son poste intéressant et qui a le sentiment d'être reconnu au sein de l'entreprise sera plus enclin à s'investir.** Pour garder un commercial qui "performe" bien, pourquoi ne pas lui proposer de coacher les nouvelles recrues ? Ses performances et techniques seront ainsi publiquement valorisées par ses pairs.



3

LES CHALLENGES SONT TOUJOURS DE LA PARTIE !

DES CHALLENGES NUMÉRIQUES ET PLUS HUMAINS

Le challenge n'est pas mort, loin de là. Alors qu'il s'essouffait en raison de son utilisation excessive, il revient en force à l'heure du digital. Exit les challenges quantitatifs pour relancer un CA en berne. **Aujourd'hui les challenges remettent l'humain au centre.** Informels, collaboratifs et en temps réel, ils mêlent objectifs quantitatifs et qualitatifs pour offrir à chacun l'opportunité de se dépasser et d'être récompensé. Voici les nouvelles formes de challenges :



1. Le quizz en ligne

Pour tester les réflexes commerciaux de vos forces de vente, rien de tel qu'un quizz en ligne. Entièrement personnalisable, il se démocratise rapidement au sein des entreprises !



2. Les classements interactifs

Tirés des méthodes américaines de motivation, les classements sont redoutables pour stimuler lors d'un challenge. Ils apparaissent en temps réel sur les écrans de tous et poussent à être ultra réactif !



3. Les challenges collaboratifs

Facilités par le numérique, ils associent les commerciaux aux autres équipes de l'entreprise. Finance, marketing ou encore ADV, les forces de vente ne sont pas les seules à contribuer au business. C'est un excellent moyen de motiver l'ensemble de l'entreprise !

NOS RECOMMANDATIONS AUX DÉCIDEURS

Multiplier les gagnants : beaucoup d'entreprises organisent des concours où seul le meilleur remporte le gros lot. Des études ont montré qu'en **augmentant le nombre de gagnants, les commerciaux fournissent plus d'efforts et ont de meilleures performances.** En effet, plus il y a de prix, plus les commerciaux à la traîne auront de chance de remporter une récompense face aux stars de la vente.



CE QU'IL FAUT FAIRE ET CE QU'IL NE FAUT PAS FAIRE

Les habitudes ont la vie dure et les challenges se ressemblent depuis plusieurs décennies... Si vous voulez réussir le vôtre, il vous faudra **investir du temps** pour déterminer l'objectif précis du challenge et le faire vivre avec des vidéos, des notes d'humour etc.

DO

- **Personnaliser les objectifs** de chacun pour créer un sentiment d'équité
- **Organiser de courts challenges** et multiplier les trophées pour valoriser tous les collaborateurs
- **Faire vivre le challenge** en animant avec des vidéos de la direction et des managers.
- **Rendre les résultats "live"** que chacun connaisse sa position en temps réel.

DON'T

- Laisser le marketing organiser le challenge
- Répéter les mêmes opérations chaque année
- Faire durer un challenge sur plusieurs années
- Prévoir des dotations de faible valeur ou has been

NOS RECOMMANDATIONS AUX DÉCIDEURS

Les challenges sont un véritable levier de motivation à condition qu'ils soient ponctuels et personnalisés. D'une part, la répétition des challenges entraîne une lassitude des commerciaux et un cadencement de leurs efforts en fonction des périodes d'incentives... D'autre part, l'engagement de votre équipe pour un challenge dépendra de votre capacité à personnaliser les objectifs en fonction des difficultés et de la marge de progression de chacun, afin d'avoir l'impression de participer à un concours équitable.



4

MOTIVER SA FORCE DE VENTE SANS ARGENT

ENGAGER LES COLLABORATEURS POUR LES MOTIVER

C'est évident, l'argent est un langage universel pour les commerciaux. Mais la situation financière de l'entreprise n'offre pas toujours de marge de manoeuvre, c'est d'autant plus vrai quand le contexte est compliqué et demande justement l'implication à 100% des commerciaux. Si vous voulez les inspirer à dépasser leurs objectifs, vous devez les toucher au plus profond.

L'engagement et la motivation des commerciaux reposent aussi sur :

L'autonomie

Les commerciaux ont déjà beaucoup de pression avec leurs objectifs mensuels et préfèrent être sereins pour les atteindre. **Laissez-leur du mou dans leur gestion** du quotidien pour qu'ils puissent s'épanouir.

Maîtrise

Un commercial motivé, c'est avant tout un commercial qui signe des affaires ! Les commerciaux valorisent énormément l'apport de nouvelles compétences et la progression dans leurs techniques de vente. **Formez-les sur les nouvelles techniques** liées au « social selling » et la vente de valeur. Proposez-leur également des sessions vidéos pour qu'ils testent et améliorent leurs techniques de passage de barrage et de closing.

Finalité

A quoi sert mon travail ? Quel est mon apport à l'équipe et à l'entreprise ? Il faut pouvoir donner l'opportunité aux commerciaux de trouver un sens dans leur travail. **Montrez-leur ce qu'ils rapportent à l'entreprise**, les bénéfices de leur travail et ce que leurs solutions changent chez les clients.

NOS RECOMMANDATIONS AUX DÉCIDEURS

Le pouvoir motivant de vos clients : souvent oubliés par les directeurs commerciaux, **les clients sont capables de redonner de la motivation à une équipe en berne**. Invitez-les à vos événements ou à vos réunions commerciales pour qu'ils échangent avec votre équipe sur ce que leur a apporté votre solution, ce qu'ils ont aimé ou n'ont pas aimé de votre process de vente.



APPORTER TOUJOURS PLUS AU COMMERCIAL



Le coach

Comment motiver un commercial qui surperforme et pense avoir fait le tour de son job ? Ne gardez pas ses bons résultats secrets. Laissez-le coacher votre équipe de vente et accompagner les nouvelles recrues avec ses précieux conseils. Il sera ainsi reconnu pour son expertise et valorisé au sein de l'équipe. De plus, cela poussera l'équipe à partager les bonnes pratiques et à progresser.

Les connaissances

Les commerciaux ont soif de connaissances ! Ils veulent connaître les meilleures techniques de vente, et sont prêts à être formés pour signer plus de deals. **Le CRM joue aussi un rôle important dans la motivation des commerciaux.** Un outils bien pensé et efficace ne rebutera pas les bons commerciaux à prendre des rendez-vous.



NOS RECOMMANDATIONS AUX DÉCIDEURS

Les réseaux sociaux d'entreprise sont un excellent moyen de booster votre force de vente. Quoi de mieux qu'une vidéo humoristique du manager pour motiver l'équipe ? En affichant en temps réel les résultats et les réussites de chacun, vous êtes également sûr que vos commerciaux se prendront au jeu !



5

LES DIRECTEURS COMMERCIAUX CRÉATIFS

La motivation ne se décrète pas. Elle est portée par le manager et le directeur commercial.

Pour motiver leurs commerciaux, de nombreuses entreprises ont déployé des trésors d'imagination et créé des ambiances ludiques qui encouragent la compétition amicale et l'atteinte des objectifs. Même si certains secteurs se prêtent plus facilement à la "gamification" de la fonction commerciale, il est possible de tendre par de petites actions vers cette culture.

Voici les exemples les plus créatifs :



Fantasy League

Avec ce jeu de simulation, les commerciaux endossent le rôle d'entraîneurs sportifs et forment une équipe. Chacune de leurs actions leur rapporte des points (nombre d'appels de prospection, nombre de rendez-vous faits, etc.) et l'équipe qui en a le plus, gagne !

Instaurez des rituels et sonnez le gong

Quand un deal vient d'être signé, faites-le savoir ! Sonnez le gong pour avvertir tout le monde qu'un commercial vient de closer. Vous créez de la bonne humeur autour d'un événement joyeux dans la vie de l'entreprise. Idem lorsqu'un commercial fait une super semaine ! Organisez une petite cérémonie pour présenter ses résultats et lui remettre un trophée à son nom. N'oubliez pas les responsabilités qui vont avec, comme par exemple de lui faire diriger la prochaine réunion commerciale.

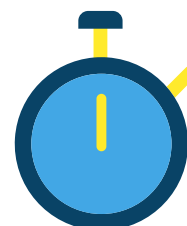


Récompenser le "Non"

Récompensez le commercial ayant le plus de refus de prospects avec une carte cadeau de 50€. Si cela peut paraître étrange, les commerciaux avec le plus de refus sont aussi ceux qui vendent le plus. Plus vous avez de refus, plus vous êtes proche du "Oui". En outre, le prix de la récompense est dérisoire par rapport au gain des ventes additionnelles du commercial motivé.

60 secondes chrono

Organisez de temps en temps des challenges et des jeux basés sur les différents KPI de votre équipe. Les jeux populaires peuvent facilement être détournés : 60 Secondes Chrono, la Roue de la Fortune, Qui Est-ce ?

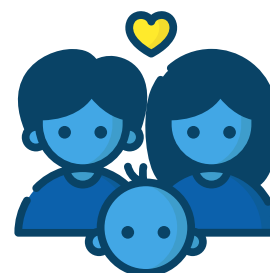


Le challenge express

C'est indéniable : tout le monde aime partir plus tôt le vendredi. C'est tout aussi indéniable que les commerciaux gardent sous le coude des affaires pour le mois suivant. Alors pourquoi ne pas utiliser ce levier puissant pour terminer un mois qui s'annonce en dessous de l'objectif ? Annoncez à votre équipe que s'ils atteignent un certain quota, tout le monde pourra partir plus tôt vendredi. Vous verrez que soudainement des deals vont apparaître de nulle part et que toute l'équipe se mobilisera pour atteindre l'objectif !

Impliquez la famille

Si vous proposez des voyages en récompense, pensez à inclure les enfants et les conjoint(e)s. Les commerciaux seront encore plus motivés parce que toute la famille voudra gagner et cela remplira un besoin profond : celui de subvenir aux besoins de sa famille et de les voir fier(e)s de leur parent / conjoint.



NOS RECOMMANDATIONS AUX DÉCIDEURS

« Million Dollar Bankable ! » : en Grande-Bretagne, HSBC organise des challenges commerciaux dont l'une des récompenses est le titre honorifique de « Million Dollar Bankable ». Les commerciaux s'affrontent pour remporter cette mention qui sera apposée sur leur carte de visite. Une belle reconnaissance en interne et en externe pour ces pro de la vente !



Uptoo est le 1er cabinet français spécialisé sur le recrutement de bons commerciaux et managers sur l'ensemble du territoire et dans tous les secteurs.

Depuis plus de 10 ans, nous aidons les directions d'entreprise à sécuriser leurs recrutements sur une population complexe : les commerciaux. En effet, les bons sont rares et le tempérament vente ne se voit pas à la simple lecture du CV.

UPTOO a donc construit une **méthode de recrutement 100% dédiée** pour sécuriser vos recrutements **de commerciaux B2B et managers**.



Nous détectons et évaluons les meilleurs potentiels vente grâce à une série de tests de réflexes commerciaux et d'outils innovants permettant d'analyser en temps réel les données du tempérament commercial d'un candidat pour les combiner aux données de son CV.

Pour les managers, nous avons construit un test exclusif permettant de bien comprendre les points forts en management d'un candidat et de bien cerner la posture qu'il aura une fois en poste.

Nos 3 000 clients nous confient le recrutement de leurs collaborateurs et managers dans tous les métiers de la vente partout en France : commerciaux terrain, commerciaux sédentaires, ingénieurs d'affaires, technico-commerciaux, responsables commerciaux, chefs de secteurs, chargés d'affaires, commerciaux grands comptes, chefs des ventes, directeurs commerciaux, etc.



Vous avez un projet de recrutement ?

contact@uptoo.fr



Vous voulez en savoir plus sur Uptoo ?

www.uptoo.fr



Siège social

21, rue d'Uzès
75002 Paris
Tél : 01 40 06 03 93

Contact Commercial

37, bis rue du Sentier
75002 Paris