

L'EXTERNALISATION COMMERCIALE : UN ATOUT SUPPLEMENTAIRE POUR LES DIRECTEURS COMMERCIAUX



*Rencontre avec Fabrice Pierga,
Administrateur du SORAP*

Quelle est la tendance du marché de l'externalisation ?

Le marché mesuré par le SORAP, syndicat des organisateurs et réalisateurs d'actions promotionnelles et commerciales, a bondi de 10,1% en 2014 pour s'établir à 345 millions d'Euros.

Les activités de forces de vente confirment leur excellente tendance depuis 5 ans avec une hausse de 5,4% pour représenter 42,2% du marché.

Les activités d'animation commerciale, 36% du chiffre d'affaires de la profession en 2014, après une année 2013 morose, ont connu un net regain d'intérêt de la part des annonceurs en enregistrant une croissance de 10%.

Le point de vente demeure une des préoccupations majeures des industriels, en témoigne la forte croissance de 25,3% des prestations de merchandising qui pèsent désormais 16% du métier.

Quels sont les secteurs et les activités concernés par l'externalisation ?

Les secteurs couverts par l'externalisation sont multiples : ceux historiquement utilisateurs comme l'agro-alimentaire, l'hygiène-beauté, les télécoms ou le high-tech sont désormais rejoints par la pharmacie, l'automobile, l'industrie, l'énergie, ou encore le luxe et les services ; et ce sont également tous les réseaux de distribution qui sont concernés, de la traditionnelle GSA au web, en passant par la proxi, le sélectif, les concessions automobiles, les lieux de vie, etc.

L'externalisation peut concerner tout ou partie d'une opération commerciale : un prestataire peut ainsi par exemple assurer la totalité d'une opération mettant en œuvre deux domaines de son expertise (vente et animation commerciale) ; dans d'autres cas, une force de vente peut intervenir exclusivement à l'occasion du lancement d'un nouveau produit ou lors de la conquête d'un nouveau réseau.

En termes de ventes, l'externalisation est en capacité de répondre à l'ensemble des problématiques, qu'elles soient ponctuelles (prospection ciblée, lancement de produit, opérations promotionnelles ou saisonnières) ou permanentes (en complément ou en remplacement des forces de vente). Dans tous les cas, grâce à son expertise dans le domaine des techniques de commercialisation, le prestataire intervient en qualité de conseil.

Pourquoi externaliser les fonctions commerciales ?

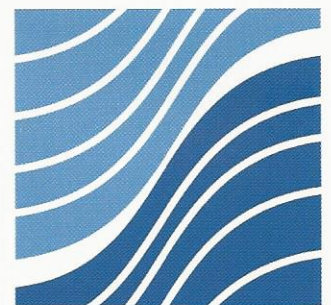
Les exigences de rentabilité immédiate contraignent les entreprises à déployer des solutions optimales et immédiates que les prestataires savent mettre en œuvre. Ainsi, leur expérience multicanal / multi-clients, leur capacité à recruter, former et manager une équipe précisément dimensionnée en un temps record, ainsi que l'apport de moyens et outils commerciaux (véhicules si nécessaires, outils de collecte et transmission de l'information, etc.) représentent les atouts essentiels de ces prestations clés en main, souples et réactives, tournées vers la performance. Le prestataire, enfin, prend totalement en charge la gestion du cadre réglementaire social très complexe en France. En faisant appel à un prestataire membre du SORAP, régulièrement soumis à un audit social réalisé par un cabinet indépendant attestant de la conformité de ses pratiques sociales, les entreprises se dégagent de cette lourde contrainte.

Quels sont vos projets au sein du SORAP ?

Garant d'une bonne application du cadre réglementaire, le SORAP accompagne ses adhérents dans la mise en place des nouvelles dispositions légales : déclaration sociale nominative, prévoyance et mutuelle, réforme de la formation...

Nous travaillons également sur la dématérialisation des process de ressources humaines afin de gagner en efficacité et connectivité.

En complément, nous aidons nos adhérents à s'équiper d'outils de reporting et d'analyse performants afin d'apporter aux entreprises un pilotage encore plus précis et à les accompagner dans la mesure du retour sur investissement des missions terrain. Le SORAP est en mesure d'apporter un réel soutien à ses adhérents dans la mise en conformité et la conduite du changement dans un environnement complexe et en transformation.



SORAP
Les professionnels
de l'action commerciale terrain