



La newsletter du SORAP

Avril 2013



UNE GRILLE REPERE POUR LES EMPLOIS DU SECTEUR DE L'EXTERNALISATION COMMERCIALE

Le SORAP mène depuis 2003 une démarche volontaire et moteur sur le plan de la réglementation sociale pour la profession ; depuis cette date, le Syndicat a fait étendre le champs de la convention collective des prestataires de services à ses propres activités d'externalisation commerciale et a mis en place **un dialogue social continu** avec les partenaires sociaux de la branche, notamment à travers une commission paritaire de suivi par métier.

Dans ce cadre, a notamment été signé en 2006, puis étendu à l'ensemble des entreprises du secteur en 2007, un accord dérogatoire mettant en place un contrat de travail à durée déterminée d'usage pour l'animation commerciale. En mai 2010, dans le prolongement de cette démarche, a été signé un autre accord dérogatoire pour réglementer et encadrer l'activité d'optimisation linéaire qui a, lui aussi, été étendu à l'ensemble des entreprises du secteur en janvier 2012.

La négociation avec les partenaires sociaux **d'une grille spécifique aux emplois repères du SORAP** a donné lieu, quant à elle, à la signature d'**un accord** en juin 2011, étendu en **juillet 2012, qui vient donc s'imposer à l'ensemble des entreprises du secteur**, adhérentes ou non au SORAP, depuis cette date. Cette grille met en évidence **les emplois significatifs identifiés dans la profession, dits « repères »**, à partir du système de classification défini par la branche des prestataires de services pour l'ensemble de ses activités, basé sur cinq critères d'évaluation : connaissances requises – technicité/complexité – polyvalence – responsabilité : autonomie/initiative gestion d'une équipe et conseils – communication/contact/échange ; le total des points ainsi établi permet d'affecter un coefficient, ce dernier correspondant à un salaire minimum dont le montant est déterminé par l'accord salaires négocié entre les partenaires sociaux de la branche. Sont ainsi notamment positionnés dans cette grille les emplois ci-après existant dans le secteur: **animateur commercial, optimisateur de linéaires, promoteur des ventes, chef de secteur et chef des ventes.**

Cet accord vient s'inscrire dans la continuité de la démarche globale initiée par le SORAP depuis maintenant 10 ans, permettant aujourd'hui à l'ensemble des acteurs de l'action commerciale terrain de se doter d'un cadre réglementaire spécifique, et adapté à cette activité.

Pour en savoir plus au sujet des accords applicables à l'ensemble des métiers - animation commerciale, merchandising et force de vente - consultez la rubrique « Le cadre juridique social du SORAP » à partir de la page d'accueil de notre site <http://www.sorap.fr/>.

LA PAROLE A MELANIE HENTGES – SFR

Direction Concept, Services et Communication espace SFR



Dans quel cadre faites-vous appel à des actions commerciales et marketing terrain ?

Dans nos magasins espace SFR, nous pouvons faire appel à des prestataires en animation commerciale dans différents cas de figure, mais toujours avec le même fil rouge : celui de mettre en avant et de faire découvrir à nos clients nos dernières innovations.

Ce sont parfois des opérations nationales et d'envergure, mais de plus en plus nous mettons en œuvre des opérations ciblées et locales, en fonction de l'actualité et de nos priorités commerciales, des clients que nous visons plus particulièrement ou de la nature des points de vente.

Ces opérations nous permettent de mettre en avant nos innovations, de façon rapide et structurée, et surtout sans perturber le déroulement des opérations usuelles en magasin.

A partir de quels critères sélectionnez-vous vos prestataires ?

Les critères de choix les plus importants sont bien entendu l'efficacité du prestataire et la qualité des opérations menées (qualité de l'exécution, satisfaction des points de vente animés, satisfaction des clients, impact positif sur les ventes,...).

Cette qualité des opérations repose souvent sur deux fondamentaux : la qualité du recrutement (ou la fidélisation) des équipes terrain et la qualité de leur formation. Dans un secteur technologique et complexe comme le nôtre, il est en effet majeur que les équipes prestées soient parfaitement formées sur les animations qu'elles vont devoir réaliser, pour être en mesure d'informer et de convaincre nos clients au mieux.

Qu'est-ce qu'apportent ces prestations à votre entreprise ?

Ces prestations nous apportent principalement de la souplesse et de l'expertise.

Souplesse car le recours à des prestataires nous permet de monter rapidement et de façon très flexible des opérations ponctuelles sur le terrain, sans perturber notre organisation commerciale. Expertise car la formation des animateurs sur le terrain leur permet de répondre au mieux aux questions – parfois très pointues – de nos clients sur un sujet précis.

Etes-vous prêt à renouveler ces opérations ?

Le secteur des télécommunications est un secteur innovant, en perpétuelle mutation. Le recours à des prestations externes nous permet de faire connaître nos innovations et nos nouveautés. Pour cette raison, et tant que les résultats de ce type d'opérations seront positifs, nous continuerons à faire appel à des partenaires extérieurs.

L'action Commerciale et Marketing Terrain : un marché dynamique malgré la crise.

Avec un CA de plus de 330 Millions en 2012, l'Action Commerciale et Marketing Terrain fait mieux que résister dans une conjoncture économique morose.

Au registre des satisfactions on notera que l'Animation Commerciale affiche une croissance annuelle moyenne de 2,4% sur les quatre dernières années, tandis que l'activité Force de Vente progresse de 6,4% et l'Optimisation de linéaire de 14% sur la même période.

Au global ces trois activités qui constituent le cœur de métiers des adhérents du SORAP avec 95,5% du CA, auront progressé en moyenne par an au cours des 4 dernières années de 5,15%.

Trophées Action Commerciale: les membres du SORAP trustent les 1ères places

A l'occasion des Trophées du magazine Action Commerciale, qui se sont déroulés le 22 novembre 2013, un grand nombre de membres du SORAP ont été récompensés pour la qualité de leur action. Ainsi, pour les catégories de Force de vente externalisée et d'Animation commerciale, cinq lauréats sur six sont des membres du SORAP. Cette forte représentativité souligne le caractère incontournable de nos adhérents sur le marché de la prestation commerciale et marketing terrain.



Le SORAP noue un partenariat avec LSA dans le cadre des Trophées LSA des forces de vente.

Le SORAP a conclu un partenariat de soutien aux trophées LSA des forces de vente pour une période de deux ans. Pour rappel, les trophées LSA récompensent 41 forces de vente des industriels des catégories de produits de grande consommation (alimentaire, DPH, ...) et des autres catégories (bricolage, EGP, culture...). Lors de cet évènement, les neuf meilleures opérations commerciales de l'année sont également récompensées. 10 000 distributeurs alimentaires et spécialisés sont interrogés pour désigner les lauréats.

Les prestations de force de vente, d'animation commerciale et d'optimisation linéaire déployées par les membres du SORAP sont des leviers et outils nécessaires à la performance des dispositifs commerciaux des industriels en grande distribution. Dans ce contexte, le SORAP entend promouvoir sa profession.



DES FORCES DE VENTE



Faites confiance aux Professionnels de l'Action Commerciale Terrain.
www.sorap.fr