



*Développement  
économique, Innovation  
et Exportation*

Québec 

**LA GESTION DES  
VENTES  
UN AIDE-MÉMOIRE**

Québec ::

**Développement  
économique  
et régional**

**Québec** 

**Direction du développement des entreprises et des affaires**

Préparé par Pierre Léveillé  
Conseiller en gestion

Publié par la Direction des communications : novembre 1994  
Réédité par la Direction des relations avec les clientèles : janvier 2003  
Révisé : novembre 1997  
Actualisé : juillet 2003  
Réimprimé : novembre 2001  
Numéro de document : 1328

Toute reproduction de ce document est autorisée avec mention de la source

L'emploi du genre masculin pour désigner des personnes, des titres et des fonctions se fait sans discrimination et n'a pour but que de faciliter la lecture du texte.

## AVANT-PROPOS

Jusqu'à tout récemment, plusieurs entreprises manufacturières pouvaient connaître une certaine croissance et réaliser d'intéressants profits en ayant une orientation de production. La demande étant plus forte que l'offre, la concurrence locale ou régionale étant moins présente, l'entrepreneur pouvait négliger certains aspects de la fonction **ventes/marketing** de son entreprise sans en subir trop de conséquences néfastes.

Toutefois, aujourd'hui, le contexte a évolué et les règles ne sont plus du tout les mêmes. La mondialisation des marchés, l'émergence de nouveaux concurrents de plus en plus agressifs, l'évolution constante des technologies et l'offre supérieure à la demande font en sorte que les donneurs d'ordre sont maintenant de plus en plus sollicités par une multitude de fournisseurs.

De ce fait, l'entrepreneur qui veut s'adapter à ce nouvel environnement doit, entre autres, mettre en oeuvre un système efficace de gestion des ventes. Pour aider les dirigeants de PME manufacturières à améliorer la fonction vente dans l'entreprise, le ministère de l'Industrie et du Commerce a créé un outil d'analyse simple et pratique.

**La Gestion des ventes : un aide-mémoire**, est un questionnaire qui vous permet de faire un survol du fonctionnement de votre département de vente. Ce survol vous aidera à mieux identifier les forces et les faiblesses des différentes composantes de votre département. Il vous permettra ainsi de mieux orienter vos efforts d'amélioration de la gestion des ventes.

Cet aide-mémoire est complémentaire à un autre outil publié dans la même collection, **Le Plan d'amélioration de la fonction marketing**, qui lui couvre l'ensemble de la fonction marketing.

## **TABLE DES MATIÈRES**

<b>MODE D'UTILISATION .....</b>	<b>5</b>
1. L'ANALYSE DES VENTES DE L'ENTREPRISE .....	9
2. LA CONNAISSANCE DE SON MARCHÉ.....	12
3. LA CONNAISSANCE DE LA CONCURRENCE .....	16
4. LE SYSTÈME D'INFORMATION .....	18
5. LA FORCE DE VENTE.....	19
6. LES OUTILS DE SOUTIEN DE LA VENTE .....	26
7. LES PROGRAMMES DE VENTE .....	27
8. LES POLITIQUES DE VENTE .....	28

## MODE D'UTILISATION

Ce questionnaire s'attarde particulièrement sur huit aspects de la gestion des ventes :

- 1)** L'analyse des ventes de l'entreprise
- 2)** La connaissance de son marché
- 3)** La connaissance de la concurrence
- 4)** Le système d'information
- 5)** La force de vente
- 6)** Les outils de soutien de la vente
- 7)** Les programmes de vente
- 8)** Les politiques de vente

L'analyse de ces huit aspects de la situation commande la participation du gestionnaire en titre, du département des ventes, du directeur général, du directeur du marketing et même des représentants. Un plus grand engagement permettra un échange constructif et une évaluation plus précise de la situation. La réponse à chaque question indiquera, s'il y a lieu, la pertinence d'instaurer, d'améliorer, de changer, soit un système, soit un outil, soit un processus ou tout simplement de se procurer des données additionnelles.

Chaque question s'accompagne d'une notation :

- N/A :** ne s'applique pas
- Amélioration ++++ :** action prioritaire à entreprendre
- Amélioration +++ :** action importante à entreprendre
- Amélioration ++ :** action modérément importante à entreprendre
- Amélioration + :** action peu importante
- Commentaires :**
- processus, politique, système, outil à mettre en place
  - changement à apporter
  - données additionnelles à se procurer
- Responsable :** personne chargée de l'action à entreprendre

Afin de faciliter l'utilisation de cet aide-mémoire, je vous soumets, en exemple, la question 1.1 reproduite ci-dessous, où deux scénarios sont envisagés. Le premier scénario ne recommande aucune amélioration. Le second, par contre, exige une action très précise.

### **Scénario N° 1**

Le gestionnaire utilise des rapports mensuels, par client, en dollars d'achat, qui lui permettent de suivre leur évolution et de réagir, s'il y a lieu. La compilation actuelle suffit à ses besoins ainsi qu'à son directeur des ventes. La situation ne commande aucune amélioration, ni action.

#### **1. L'ANALYSE DES VENTES DE L'ENTREPRISE**

<b>QUESTIONS</b>	<b>COMMENTAIRES</b>									<b>RESPONSABLE</b>
	N/A	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
1.1 Le gestionnaire compile-t-il des rapports de ventes périodiques par : <ul style="list-style-type: none"> <li>• territoire géographique?</li> <li>• produit?</li> <li>• client?</li> <li>• par réseau de distribution?</li> <li>• une combinaison de moyens (préciser)?</li> </ul>										

## **Scénario N° 2**

Le gestionnaire utilise des rapports mensuels par client en dollars d'achat, mais cette compilation ne lui permet pas de visualiser l'évolution des ventes par produit et par client. Il estime, compte tenu de la vaste gamme de produits offerts, que cette information additionnelle sur ces rapports de vente lui permettrait de cerner plus facilement le «mix» d'achat de ces clients et de réagir s'il y a lieu. Le gestionnaire et son directeur des ventes estiment que cette information est importante et que pour la prochaine année fiscale, qui commencera dans quatre mois, il aimerait que ces données lui soient accessibles. Il mandate donc le responsable du service d'informatique de prendre les mesures nécessaires afin de lui fournir ce genre de rapport d'ici quatre mois.

### **1. L'ANALYSE DES VENTES DE L'ENTREPRISE**

<b>QUESTIONS</b>	<b>COMMENTAIRES</b>										<b>RESPONSABLE</b>
	N/A	+	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
1.1 Le gestionnaire compile-t-il des rapports de ventes périodiques par : <ul style="list-style-type: none"><li>• territoire géographique?</li><li>• produit?</li><li>• client?</li><li>• réseau de distribution?</li><li>• une combinaison de moyens (préciser)?</li></ul>											

À la fin du questionnaire une fiche récapitulative touchant chaque aspect permettra au gestionnaire de classer, par priorité, les activités à réaliser, avec calendrier, responsable et budget, s'il y a lieu.

**LA GESTION DES VENTES  
UN AIDE-MÉMOIRE**

## 1. L'ANALYSE DES VENTES DE L'ENTREPRISE

QUESTIONS	COMMENTAIRES									RESPONSABLE
	N/A	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
1.1 Le gestionnaire compile-t-il des rapports de ventes périodiques par :										
<ul style="list-style-type: none"> <li>• territoire géographique?</li> <li>• produit?</li> <li>• client?</li> <li>• réseau de distribution?</li> <li>• une combinaison de moyens (préciser)?</li> </ul>										
1.2 Le gestionnaire compare-t-il les résultats des années antérieures et ceux de l'année courante avec le budget de vente proposé par :										
<ul style="list-style-type: none"> <li>• territoire géographique?</li> <li>• produit?</li> <li>• clients?</li> <li>• réseau de distribution?</li> <li>• Autres?</li> </ul>										
1.3 Le gestionnaire analyse-t-il ces rapports de ventes périodiquement afin de mieux répartir les efforts de vente à l'intérieur de ses territoires ou de ses marchés cibles?										

N/A Ne s'applique pas

++++ Action prioritaire à entreprendre

+++ Action importante à entreprendre

++ Action modérément importante à entreprendre

+ Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place

- changement à apporter

- données additionnelles à se procurer

Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

## 1. L'ANALYSE DES VENTES DE L'ENTREPRISE

QUESTIONS	COMMENTAIRES									RESPONSABLE
	N/A	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
1.4 Le gestionnaire peut-il identifier clairement les causes d'une augmentation des ventes par territoire :  • nouveaux produits? • nouveaux clients? • clients existants? • Autres?										
1.5 Le gestionnaire peut-il identifier clairement les causes d'une diminution des ventes par territoire :  • produits désuets? • perte des clients? • baisse de volume par client? • service déficient? • livraison incomplète? • Autres?										
1.6 Le gestionnaire peut-il identifier quelle proportion de son chiffre de vente vient par voix de soumission et le pourcentage de réussite?										

N/A Ne s'applique pas

++++ Action prioritaire à entreprendre

+++ Action importante à entreprendre

++ Action modérément importante à entreprendre

+ Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place

- changement à apporter

- données additionnelles à se procurer

Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

## 1. L'ANALYSE DES VENTES DE L'ENTREPRISE

QUESTIONS	COMMENTAIRES									RESPONSABLE
	N/A	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
1.7 Le gestionnaire fait-il un suivi des soumissions qui ne sont pas obtenues?										
1.8 Le gestionnaire connaît-il les causes de l'obtention ou de la perte d'une vente par soumission?										

N/A Ne s'applique pas

++++ Action prioritaire à entreprendre

+++ Action importante à entreprendre

++ Action modérément importante à entreprendre

+ Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place

- changement à apporter

- données additionnelles à se procurer

Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

## 2. LA CONNAISSANCE DE SON MARCHÉ

QUESTIONS	COMMENTAIRES									RESPONSABLE
	N/A	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
2.1 Le gestionnaire connaît-il le potentiel de son marché naturel :										
• local? • régional? • national? • mondial?										
2.2 Le gestionnaire connaît-il bien sa part de marché (%)?										
2.3 Le gestionnaire a-t-il identifié les clients potentiels de chacun des territoires de ventes?										

N/A Ne s'applique pas

++++ Action prioritaire à entreprendre

+++ Action importante à entreprendre

++ Action modérément importante à entreprendre

+ Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place

- changement à apporter

- données additionnelles à se procurer

Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

## 2. LA CONNAISSANCE DE SON MARCHÉ

QUESTIONS	COMMENTAIRES									RESPONSABLE
	N/A	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
2.4 Le gestionnaire connaît-il le potentiel atteignable de chacun des territoires de ventes?										
2.5 Le gestionnaire connaît-il bien les tendances du marché et les occasions d'affaires qui peuvent en découler?										
2.6 Le gestionnaire connaît-il bien les facteurs influençant le processus d'achat du marché desservi?										

N/A Ne s'applique pas

++++ Action prioritaire à entreprendre

+++ Action importante à entreprendre

++ Action modérément importante à entreprendre

+ Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place

- changement à apporter

- données additionnelles à se procurer

Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

## 2. LA CONNAISSANCE DE SON MARCHÉ

QUESTIONS	COMMENTAIRES									RESPONSABLE
	N/A	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
2.7 Le gestionnaire peut-il identifier, de façon précise, dans quel marché il est le plus faible et pourquoi?										
2.8 Le gestionnaire peut-il identifier de façon précise dans quel marché il est le plus fort et pourquoi?										
2.9 Le gestionnaire s'assure-t-il que les marchés visés connaissent bien les avantages de ses produits?										

N/A Ne s'applique pas

++++ Action prioritaire à entreprendre

+++ Action importante à entreprendre

++ Action modérément importante à entreprendre

+ Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place

- changement à apporter

- données additionnelles à se procurer

Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

## 2. LA CONNAISSANCE DE SON MARCHÉ

QUESTIONS	COMMENTAIRES									RESPONSABLE
	N/A	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
2.10 Le gestionnaire s'assure-t-il que le mode de distribution utilisé correspond bien aux besoins du marché desservi?										
2.11 Le gestionnaire utilise-t-il des dossiers clients mettant en évidence :										
• leurs besoins? • leur potentiel? • leurs caractéristiques? • leurs habitudes d'achat?										

N/A Ne s'applique pas

++++ Action prioritaire à entreprendre

+++ Action importante à entreprendre

++ Action modérément importante à entreprendre

+ Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place

- changement à apporter

- données additionnelles à se procurer

Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

### 3. LA CONNAISSANCE DE LA CONCURRENCE

QUESTIONS	COMMENTAIRES									RESPONSABLE
	N/A	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
3.1 Le gestionnaire tient-il à jour des dossiers des concurrents lui permettant de suivre leur évolution?										
3.2 Le gestionnaire connaît-il bien ses concurrents dans chacun des marchés desservis?										
3.3 Le gestionnaire connaît-il bien la part de marché de ses concurrents?										

N/A Ne s'applique pas

++++ Action prioritaire à entreprendre

+++ Action importante à entreprendre

++ Action modérément importante à entreprendre

+ Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place

- changement à apporter

- données additionnelles à se procurer

Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

### 3. LA CONNAISSANCE DE LA CONCURRENCE

QUESTIONS	COMMENTAIRES									RESPONSABLE
	N/A	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
3.4 Le gestionnaire connaît-il bien les forces de ses concurrents quant :										
• au prix? • au produit? • à la distribution? • au service? • à la force de vente? • Autres?										
3.5 Le gestionnaire peut-il réagir rapidement aux activités compétitives pouvant influencer, d'une manière ou d'une autre, ses projections de vente, ses occasions d'affaires?										

N/A Ne s'applique pas

++++ Action prioritaire à entreprendre

+++ Action importante à entreprendre

++ Action modérément importante à entreprendre

+ Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place

- changement à apporter

- données additionnelles à se procurer

Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

#### 4. LE SYSTÈME D'INFORMATION

QUESTIONS	COMMENTAIRES									RESPONSABLE
	N/A	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
4.1 <u>Le système</u>  Le gestionnaire a-t-il mis en application un système d'information lui permettant une meilleure planification et un meilleur contrôle de ses activités?										
4.2 <u>La provenance</u>  Le gestionnaire utilise-t-il, pour alimenter son système :  <ul style="list-style-type: none"><li>• les données statistiques?</li><li>• les données sur l'environnement?</li><li>• les activités compétitives?</li><li>• les foires-expositions?</li><li>• la force de vente?</li><li>• les revues spécialisées?</li><li>• les associations?</li><li>• Autres?</li></ul>										
4.3 <u>La retransmission</u>  Le gestionnaire véhicule-t-il l'information pertinente ainsi que les mesures nécessaires en découlant :  <ul style="list-style-type: none"><li>• aux autres départements?</li><li>• à la force de vente?</li><li>• au réseau de distribution?</li><li>• aux clients?</li><li>• Autres?</li></ul>										

N/A Ne s'applique pas

++++ Action prioritaire à entreprendre

+++ Action importante à entreprendre

++ Action modérément importante à entreprendre

+ Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place

- changement à apporter

- données additionnelles à se procurer

Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

## 5. LA FORCE DE VENTE

QUESTIONS	COMMENTAIRES									RESPONSABLE
	N/A	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
5.1 <u>L'embauche</u>										
a) Le gestionnaire a-t-il bien défini les critères d'embauche de son directeur des ventes et de ses représentants?										
b) Le gestionnaire a-t-il bien défini la tâche de son directeur des ventes et celle des représentants?										
c) Le gestionnaire a-t-il bien structuré les territoires de vente?										

N/A Ne s'applique pas

++++ Action prioritaire à entreprendre

+++ Action importante à entreprendre

++ Action modérément importante à entreprendre

+ Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place

- changement à apporter

- données additionnelles à se procurer

Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

## 5. LA FORCE DE VENTE

QUESTIONS	COMMENTAIRES									RESPONSABLE
	N/A	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
d) Le gestionnaire utilise-t-il un système de rémunération équitable et comparable pour son secteur d'activité?  • salaire? • commissions? • primes? • performance? • combinaison de moyens?										
5.2 <u>La formation</u>  Le gestionnaire a-t-il mis en place un programme de formation et d'entraînement progressifs pour sa force de vente qui inclut :  • l'historique de l'entreprise - présentation et orientation de l'entreprise? • la connaissance des produits (aspect technique, avantages, bénéfices)? • la connaissance des produits concurrents (aspect technique avantages, bénéfices)? • le marché visé? • les activités promotionnelles? • les techniques de vente? • les rapports, la correspondance, les dossiers clients? • une visite sélective initiale (en tandem chez certains clients)? • une visite sélective d'évaluation (du représentant)?										

N/A Ne s'applique pas

++++ Action prioritaire à entreprendre

+++ Action importante à entreprendre

++ Action modérément importante à entreprendre

+ Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place

- changement à apporter

- données additionnelles à se procurer

Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

--	--

N/A Ne s'applique pas  
++++ Action prioritaire à entreprendre  
+++ Action importante à entreprendre  
++ Action modérément importante à entreprendre  
+ Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place  
- changement à apporter  
- données additionnelles à se procurer  
Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

## 5. LA FORCE DE VENTE

QUESTIONS	COMMENTAIRES									RESPONSABLE
	N/A	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
5.3 <u>La motivation</u>										
a) Le gestionnaire jouit-il d'une force de vente stable à l'intérieur de ses territoires?										
b) Le gestionnaire a-t-il mis en place des agents motivateurs pour s'assurer du plein rendement de sa force de vente?										

N/A Ne s'applique pas

++++ Action prioritaire à entreprendre

+++ Action importante à entreprendre

++ Action modérément importante à entreprendre

+ Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place

- changement à apporter

- données additionnelles à se procurer

Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

## 5. LA FORCE DE VENTE

QUESTIONS	COMMENTAIRES									RESPONSABLE
	N/A	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
5.4 <u>Contrôle</u>										
a) Le gestionnaire révise-t-il les budgets de ventes des territoires?										
b) Le gestionnaire connaît-il les coûts exacts pour couvrir un territoire de ventes et ses activités?										
c) Le gestionnaire évalue-t-il périodiquement le rendement quantitatif de sa force de vente selon :										
<ul style="list-style-type: none"> <li>• les résultats / objectifs?</li> <li>• la rentabilité?</li> <li>• le coût par visite?</li> <li>• la dépendance face à un client?</li> <li>• le développement de nouveaux clients (prospection)?</li> <li>• la satisfaction de la clientèle?</li> <li>• le nombre de clients perdus?</li> <li>• la vente moyenne par client?</li> </ul>										

N/A Ne s'applique pas

++++ Action prioritaire à entreprendre

+++ Action importante à entreprendre

++ Action modérément importante à entreprendre

+ Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place

- changement à apporter

- données additionnelles à se procurer

Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

- le nombre moyen de clients?

--	--

N/A Ne s'applique pas  
 ++++ Action prioritaire à entreprendre  
 +++ Action importante à entreprendre  
 ++ Action modérément importante à entreprendre  
 + Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place  
 - changement à apporter  
 - données additionnelles à se procurer  
 Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

## 5. LA FORCE DE VENTE

QUESTIONS	COMMENTAIRES									RESPONSABLE
	N/A	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
5.4 <u>Contrôle</u>  Le gestionnaire évalue-t-il périodiquement le rendement qualitatif de sa force de vente selon :  <ul style="list-style-type: none"> <li>• l'itinéraire et les rapports sur les visites?</li> <li>• la mise à jour des dossiers clients?</li> <li>• la représentation (visite conjointe)?</li> <li>• la compétence de vente?</li> <li>• les qualités personnelles (leadership, initiative, persévérance, jugement, habileté à communiquer)?</li> <li>• la capacité professionnelle (apprentissage, formation)?</li> <li>• l'emploi du temps?</li> <li>• l'image transmise au client?</li> <li>• Autres?</li> </ul>										

N/A Ne s'applique pas

++++ Action prioritaire à entreprendre

+++ Action importante à entreprendre

++ Action modérément importante à entreprendre

+ Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place

- changement à apporter

- données additionnelles à se procurer

Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

## 6. LES OUTILS DE SOUTIEN DE LA VENTE

QUESTIONS	COMMENTAIRES									RESPONSABLE
	N/A	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
<p>6.1 Le gestionnaire met-il à la disposition de sa force de vente des outils nécessaires à une représentation efficace et orientée vers les besoins de sa clientèle existante et nouvelle?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• carte professionnelles?</li> <li>• télécopieur?</li> <li>• #800?</li> <li>• papeterie?</li> <li>• pochettes de présentation?</li> <li>• dépliants corporatifs?</li> <li>• listes de produits?</li> <li>• listes de prix?</li> <li>• fiches techniques de produits?</li> <li>• catalogues de produits?</li> <li>• étiquettes/annonces pour tablettes?</li> <li>• guides d'installation?</li> <li>• cahiers de représentation?</li> <li>• outils promotionnels?</li> <li>• échantillons?</li> <li>• présentoirs?</li> <li>• audiovisuels?</li> <li>• salle de montre?</li> <li>• politique de garantie?</li> <li>• fiches de clients?</li> <li>• rapports de ventes mensuels?</li> </ul>										

N/A Ne s'applique pas

++++ Action prioritaire à entreprendre

+++ Action importante à entreprendre

++ Action modérément importante à entreprendre

+ Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place

- changement à apporter

- données additionnelles à se procurer

Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

## 7. LES PROGRAMMES DE VENTE

QUESTIONS	COMMENTAIRES									RESPONSABLE
	N/A	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
7.1 <u>Les programmes de vente</u>  Le gestionnaire organise-t-il des programmes promotionnels pour le client?										
7.2 Le gestionnaire organise-t-il des programmes promotionnels pour ses représentants?										
7.3 Le gestionnaire utilise-t-il d'autres moyens de soutien à la vente pour créer des possibilités nouvelles?  <ul style="list-style-type: none"> <li>• publicité, journaux, pages jaunes, bottins, etc.?</li> <li>• publicité, revues spécialisées?</li> <li>• envois postaux?</li> <li>• téléméthodologie?</li> <li>• séminaires?</li> <li>• portes ouvertes?</li> <li>• foires, expositions?</li> <li>• études de marchés?</li> <li>• accueil?</li> <li>• Autres?</li> </ul>										

N/A Ne s'applique pas

++++ Action prioritaire à entreprendre

+++ Action importante à entreprendre

++ Action modérément importante à entreprendre

+ Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place

- changement à apporter

- données additionnelles à se procurer

Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

## 8. LES POLITIQUES DE VENTE

QUESTIONS	COMMENTAIRES									RESPONSABLE
	N/A	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
8.1 Le gestionnaire a-t-il rédigé un document traitant des politiques de vente de l'entreprise?										
8.2 Est-ce que les politiques mises en place correspondent aux habitudes du marché?										

N/A Ne s'applique pas

++++ Action prioritaire à entreprendre

+++ Action importante à entreprendre

++ Action modérément importante à entreprendre

+ Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place

- changement à apporter

- données additionnelles à se procurer

Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

## 8. LES POLITIQUES DE VENTE

QUESTIONS	COMMENTAIRES									RESPONSABLE
	N/A	+	+	+	+	I M M É	D'ICI 4 MOIS	D'ICI 12 MOIS	PLUS TARD	
8.3 <u>Politiques</u>  Le gestionnaire met-il à la disposition de sa force de vente un manuel traitant des politiques de ventes comprenant :  <ul style="list-style-type: none"><li>• une structure de prix de base?</li><li>• un prix de quantité?</li><li>• un rabais de volume?</li><li>• une allocation de publicité?</li><li>• un délai de livraison?</li><li>• des frais de transport?</li><li>• une politique de crédit et de retour?</li><li>• un escompte de paiement?</li><li>• un mode de transmission des commandes?</li><li>• une vente garantie (consignation)?</li><li>• une commande minimum?</li><li>• une ouverture de compte?</li><li>• des politiques sur activité promotionnelle?</li></ul>										
8.4 Le gestionnaire met-il à la disposition de sa force de vente les politiques à suivre concernant :  <ul style="list-style-type: none"><li>• l'émission d'une soumission?</li><li>• le suivi d'une soumission obtenue?</li><li>• le suivi d'une soumission rejetée?</li><li>• le traitement d'une plainte?</li></ul>										

N/A Ne s'applique pas

++++ Action prioritaire à entreprendre

+++ Action importante à entreprendre

++ Action modérément importante à entreprendre

+ Action peu importante à entreprendre

Commentaires : - processus, politique, système, outil à mettre en place

- changement à apporter

- données additionnelles à se procurer

Responsable : personne chargée de l'action à entreprendre

## 1. L'ANALYSE DES VENTES DE L'ENTREPRISE

**Nom de l'entreprise :** \_\_\_\_\_

Date : \_\_\_\_\_ Responsable : \_\_\_\_\_

## PRIORITÉS : 1° \_\_\_\_\_

2°

3°

4°

4°

## 2. LA CONNAISSANCE DE SON MARCHÉ

**Nom de l'entreprise :** \_\_\_\_\_

Date : \_\_\_\_\_ Responsable : \_\_\_\_\_

**PRIORITÉS :**

- 1° \_\_\_\_\_
- 2° \_\_\_\_\_
- 3° \_\_\_\_\_
- 4° \_\_\_\_\_

### 3. LA CONNAISSANCE DE LA CONCURRENCE

**Nom de l'entreprise :** \_\_\_\_\_

Date : \_\_\_\_\_ Responsable : \_\_\_\_\_

**PRIORITÉS :**

- 1° \_\_\_\_\_
- 2° \_\_\_\_\_
- 3° \_\_\_\_\_
- 4° \_\_\_\_\_

#### 4. LE SYSTÈME D'INFORMATION

**Nom de l'entreprise :** \_\_\_\_\_

Date : \_\_\_\_\_ Responsable : \_\_\_\_\_

**PRIORITÉS :**

- 1° \_\_\_\_\_
- 2° \_\_\_\_\_
- 3° \_\_\_\_\_
- 4° \_\_\_\_\_

## 5. LA FORCE DE VENTE

**Nom de l'entreprise :** \_\_\_\_\_

Date : \_\_\_\_\_ Responsable : \_\_\_\_\_

**PRIORITÉS :**

- 1° \_\_\_\_\_
- 2° \_\_\_\_\_
- 3° \_\_\_\_\_
- 4° \_\_\_\_\_

## 6. LES OUTILS DE SOUTIEN DE LA VENTE

**Nom de l'entreprise :** \_\_\_\_\_

Date : \_\_\_\_\_ Responsable : \_\_\_\_\_

**PRIORITÉS :**

- 1° \_\_\_\_\_
- 2° \_\_\_\_\_
- 3° \_\_\_\_\_
- 4° \_\_\_\_\_

## 7. LES PROGRAMMES DE VENTE

**Nom de l'entreprise :** \_\_\_\_\_

Date : \_\_\_\_\_ Responsable : \_\_\_\_\_

**PRIORITÉS :**

- 1° \_\_\_\_\_
- 2° \_\_\_\_\_
- 3° \_\_\_\_\_
- 4° \_\_\_\_\_

## 8. LES POLITIQUES DE VENTE

**Nom de l'entreprise :** \_\_\_\_\_

Date : \_\_\_\_\_ Responsable : \_\_\_\_\_

**PRIORITÉS :**

- 1° \_\_\_\_\_
- 2° \_\_\_\_\_
- 3° \_\_\_\_\_
- 4° \_\_\_\_\_