



Cas clients – missions 2021

Claude EMMENECKER – Manager de transition

Domaine : Direction Commerciale & Marketing

Contexte Client

Un prestataire de premier plan intervenant auprès des principaux acteurs du marché assurance (compagnies, bancassureurs, mutuelles, courtiers) doit faire face au départ de son directeur commercial & marketing. Leader historique de son marché, l'entreprise a besoin de rebooster son équipe commerciale et son marketing afin de consolider et de développer son chiffre d'affaires menacé par une concentration des intervenants et la politique d'optimisation des clients.

Dispositif retenu

Le client opte pour une mission de longue durée de 6 mois pour étayer efficacement son exercice 2021. Le premier mois est effectué en tuilage binôme avec le directeur commercial & marketing en partance. Durant les cinq mois suivants, le manager de transition exerce le pilotage complet de l'activité commerciale et le management opérationnel des équipes.

Mission

Le manager de transition partage son diagnostic avec la DG. En mode sparring, il échange avec elle sur les pistes d'interventions possibles. C'est une approche ouverte et pragmatique : les idées passent « sur le ring » pour être débattues, stress testées, améliorées, validées. Une orientation définitive est arrêtée.

Le manager de transition met en place le plan d'envergure retenu qui comprend trois actions clés :

- Structurer la pratique commerciale et les méthodes de vente
- Optimiser l'organisation de l'équipe commerciale
- Structurer la démarche marketing.

Bilan

Le manager de transition apporte sa pratique opérationnelle et son expertise (management, réflexes business developer, training des équipes sur la maîtrise de l'entretien de vente, technique de suivi de la relation client, pro-activité, gestion du temps commercial, réflexion stratégique marketing).

Les solutions et les actions engagées sur ces 6 mois ont permis :

- la mise en place d'une équipe dédiée à la prospection Grands Comptes avec à sa tête une responsable issue de l'équipe commerciale (formation à sa prise de poste de manager)
- co-construction avec les commerciaux d'une méthodologie de vente renforcée (déterminer le plan d'actions et la feuille de route par client, enrichir chaque phase de la relation client : entrée en matière / proposition / négociation / phase test / signature closing / fidélisation / multi-équipement)
- optimisation de l'organisation de travail des équipes entre présentiel / distanciel
- RH : la tenue des entretiens annuels de chaque collaborateur
- signature de nouveaux comptes clients et réponses aux appels d'offres avec une préparation affûtée spécifique (écrit cf. cahier des charges et soutenance)
- un marketing venant en appui au sol des équipes commerciales (packaging des offres avec go to market, campagne e-mailing, plan de communication 1^{er} et 2^{ème} semestre)
- 6^{ème} mois de mission : phase de recrutement du nouveau directeur qui bénéficiera à son arrivée d'une direction commerciale & marketing restructurée et optimisée.