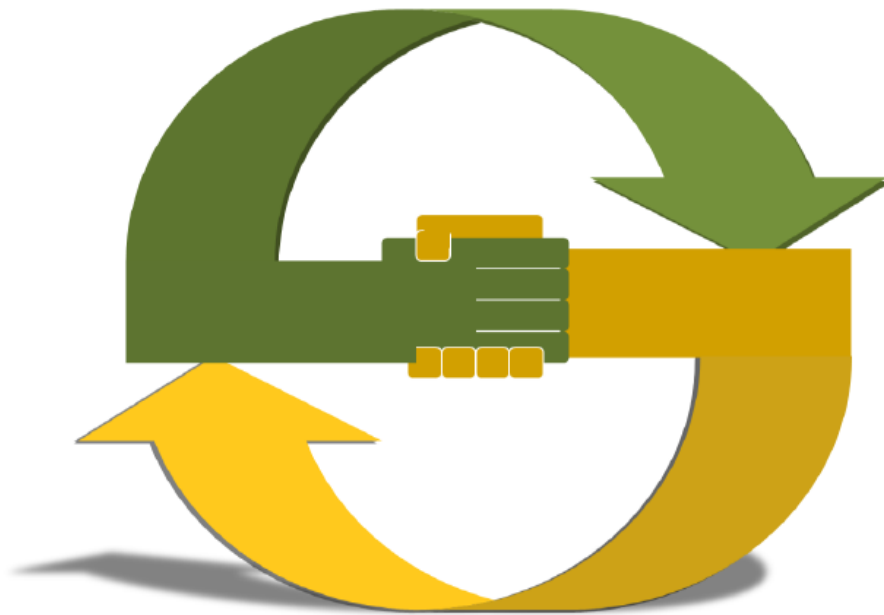


Cap

Rapport de

Laura
Exemple
ABC Inc.

4/12/2009





Sommaire

Partie 1

Résultats Globaux

- 1.1 Introduction
- 1.1b Le modèle
- 1.1c Définitions
- 1.2 Analyse Globale de la Performance Commerciale
- 1.3 Résultats du test de connaissances commerciales

Partie 2

Analyse par Facteur

- 2.1 La préparation
- 2.2 La Prise de contact
- 2.3 L'analyse des besoins
- 2.4 La présentation de l'offre
- 2.5 Le traitement des objections
- 2.6 La négociation
- 2.7 La conclusion
- 2.8 L'écoute active
- 2.9 Le relationnel
- 2.10 L'approche et la démarche commerciale
- 2.11 L'organisation
- 2.12 La productivité
- 2.13 Les savoirs et connaissances "métier"

Partie 3

Obstacles à la Performance



Partie 1: Résultats Globaux

1.1 Introduction

Méthodologie

Ce rapport est le résultat du décodage des questionnaires remplis par le commercial, son manager, ainsi que par ses clients.

Pour chaque facteur, Cap délivre une évaluation de la performance telle que perçue par le commercial lui-même et son manager. Les écarts entre ces deux évaluations sont qualifiés dans les commentaires du rapport en fonction des niveaux suivants.

- ▮ Les évaluations convergent fortement lorsque l'écart est inférieur à 5%
- ▮ Les évaluations convergent lorsque l'écart est compris entre 5% et 12%
- ▮ Les évaluations divergent lorsque l'écart est compris entre 13 et 25%
- ▮ Les évaluations sont très divergentes lorsque l'écart est supérieur à 25%

L'évaluation de la performance du commercial est également pour les 11 premiers facteurs comparée à son niveau de connaissance des techniques de vente, mesuré au travers des réponses délivrées par le commercial lui-même.



Le modèle

Cap mesure la performance commercial sur l'ensemble des différentes phases et étapes du cycle de vente. Le modèle ci-dessous décrit les 7 facteurs décomposant le cycle de vente (de la préparation jusqu'à la conclusion de la vente), et les 6 facteurs qui contribuent à leur efficacité.





Définitions

1. La préparation

Ce facteur mesure le degré de rigueur et d'efficacité du commercial dans la préparation de ses entretiens commerciaux.

2. La Prise de contact

Ce facteur évalue la capacité du commercial à débiter efficacement ses entretiens commerciaux.

3. L'analyse des besoins

Ce facteur évalue la capacité du commercial à identifier, qualifier et révéler les besoins de ses clients / prospects. Il repose sur la maîtrise de techniques de questionnement et sur des comportements d'écoute et d'empathie permettant au commercial de faire s'exprimer librement son interlocuteur sur ses préoccupations, problématiques et besoins.

4. La présentation de l'offre

Ce facteur apprécie la façon dont le commercial présente son offre, la valorise et délivre un argumentaire ciblé. Il repose sur les capacités du commercial à communiquer de façon persuasive et à faire adhérer son client/ prospect aux solutions proposées.

5. Le traitement des objections

Ce facteur mesure la performance du commercial dans le traitement des objections et attitudes diverses du client (indifférence, doute, indétermination...). Il repose sur la maîtrise de techniques adaptées et les capacités de réaction de l'évalué face à l'imprévu.

6. La négociation

Ce facteur apprécie la façon dont le commercial mène ses négociations. Il évalue ainsi la capacité du commercial à élaborer une stratégie adaptée, à la suivre et à l'adapter en fonction de la situation, des enjeux, et de l'interlocuteur. Il apprécie enfin dans quel mesure le commercial parvient à trouver des accords optimisant les intérêts de chaque partie en présence.



Définitions

7. La conclusion

Ce facteur évalue la capacité du commercial à conclure et concrétiser efficacement ses contacts commerciaux. Il suppose la maîtrise de techniques de conclusion (closing) par le commercial. Il se fonde également sur les qualités personnelles de l'évalué en terme de ténacité, persévérance...et "culot".

8. L'écoute active

Ce facteur mesure la performance du commercial en terme d'écoute active et d'empathie face à ses interlocuteurs. Il comprend ainsi la faculté du commercial à comprendre les préoccupations, les intérêts et les motivations de ses interlocuteurs. Il repose également sur la capacité du commercial à leur montrer son degré de compréhension de leurs problématiques.

9. Le relationnel

Ce facteur évalue la capacité du commercial à bâtir un climat de confiance rapidement lors de ses contacts commerciaux. Il apprécie la façon dont l'évalué parvient à adapter ses comportements et son vocabulaire face à ses différents types d'interlocuteur.

10. L'approche et la démarche commerciale

Ce facteur évalue la performance du commercial au niveau de son approche de ses suspects-prospects-clients. Il mesure la pertinence et l'efficacité du commercial dans la définition et la mise en oeuvre d'une démarche de conquête ou de fidélisation adaptée à son marché et à la stratégie de son entreprise.

11. L'organisation

Ce facteur évalue la capacité du commercial à organiser de façon optimale son activité commerciale. Cela comprend aussi bien la gestion du temps, que la gestion de son secteur ou territoire éventuel. Il intègre également et surtout le suivi des contacts et des clients.



Définitions

12. La productivité

Ce facteur évalue le niveau de productivité globale du commercial dans l'exercice de sa mission. Il porte aussi bien sur le niveau d'activité déployé que sur le niveau d'atteinte des objectifs qui sont fixés.

13. Les savoirs et connaissances "métier"

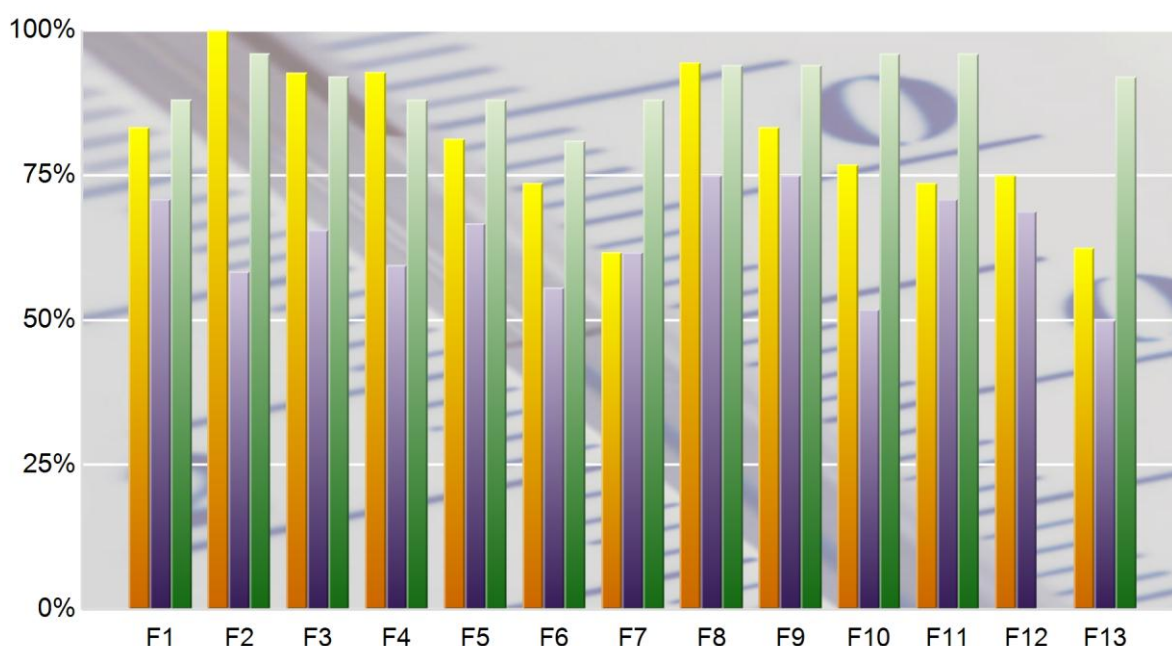
Ce facteur évalue les connaissances et savoirs du commercial liés à son secteur d'activité et son entreprise. Il comprend ainsi le degré de connaissance de l'offre produit de l'entreprise, la maîtrise des informations clés sur le marché et la concurrence...



1.2 Analyse Globale de la Performance Commerciale

Le graphe ci-dessous vous présente une analyse de la performance commerciale telle que perçue par :

1. Le commercial lui-même.
2. Son manager.
3. Les clients du commercial.



	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13
n Auto-Evaluation (Commercial)	83%	100%	93%	93%	81%	74%	62%	94%	83%	77%	74%	75%	63%
n Manager	71%	58%	66%	60%	67%	56%	62%	75%	75%	52%	71%	69%	50%
n Clients (2)	88%	96%	92%	88%	88%	81%	88%	94%	94%	96%	96%		92%

F1 : Préparation	F8 : Ecoute active
F2 : Prise de contact	F9 : Relationnel
F3 : Analyse des besoins	F10 : Approche et démarche commerciale
F4 : Présentation de l'offre	F11 : Organisation
F5 : Traitement des objections	F12 : Productivité
F6 : Négociation	F13 : Connaissances et savoirs métier
F7 : Conclusion	

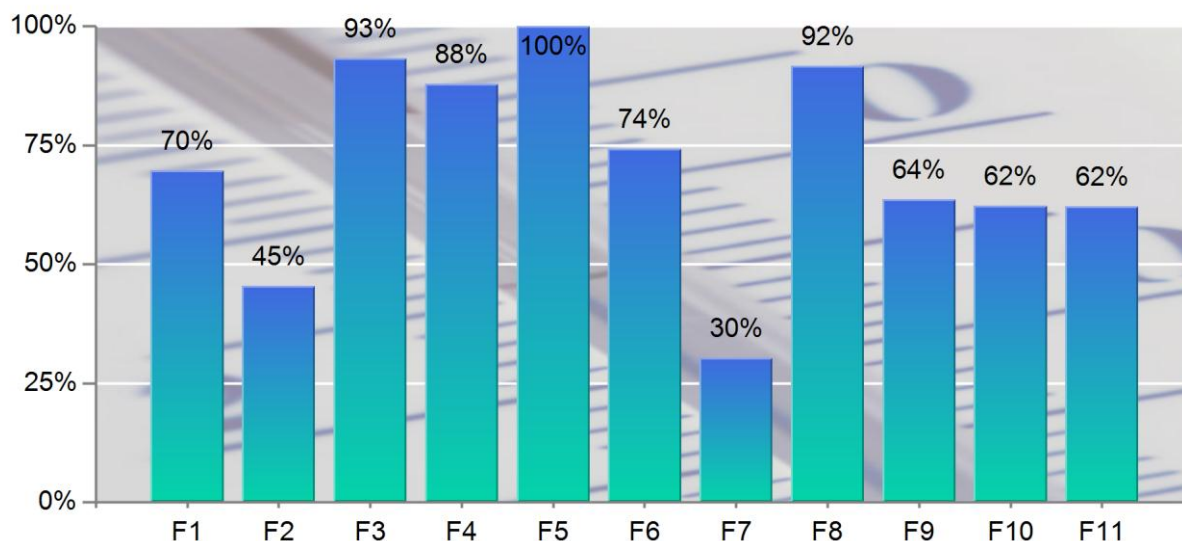
Le facteur 12 "Productivité" n'est pas évalué dans le questionnaire client.



1.3 Résultats du test de connaissances commerciales

Les résultats ci-dessous sont le fruit d'un test que le commercial a renseigné dans le questionnaire qui lui était adressé.

Ce test permet d'évaluer le degré de connaissance du commercial en termes de techniques de vente : il démontre sa capacité à savoir quels sont les comportements et les techniques clés à mettre en oeuvre lors des différentes phases du cycle de vente.



F1 : Préparation	F7 : Conclusion
F2 : Prise de contact	F8 : Ecoute active
F3 : Analyse des besoins	F9 : Relationnel
F4 : Présentation de l'offre	F10 : Approche et démarche commerciale
F5 : Traitement des objections	F11 : Organisation
F6 : Négociation	

Le tableau ci-dessous récapitule les compétences, techniques et méthodes commerciales selon leur degré de connaissance et de maîtrise par le commercial.

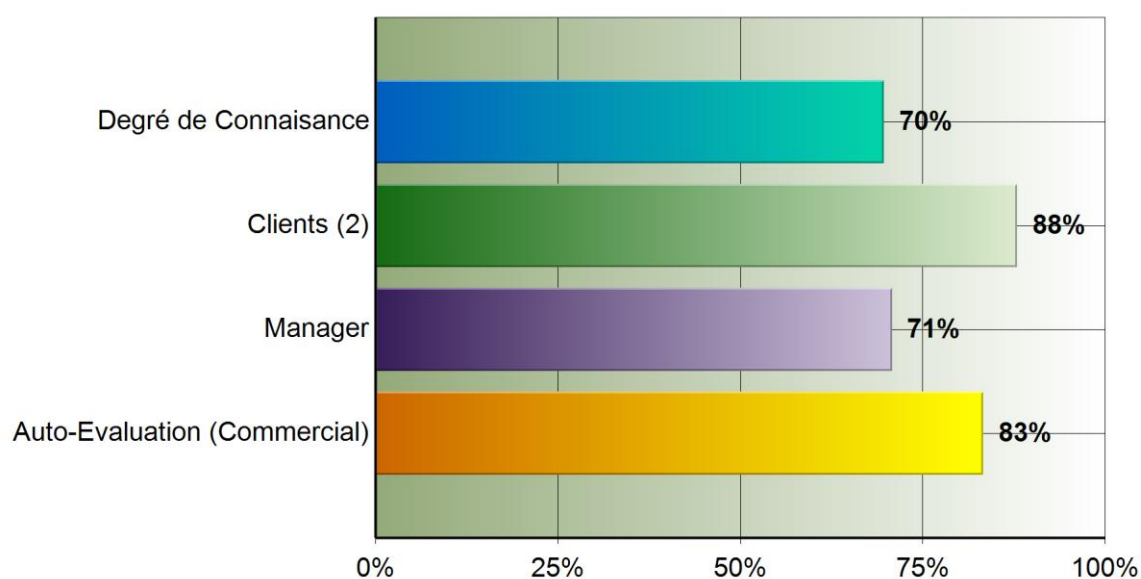
Très forte connaissance et maîtrise	Bonne connaissance et maîtrise	Connaissance et maîtrise moyennes	Faibles connaissance et maîtrise
<ul style="list-style-type: none"> • L'analyse des besoins • La présentation de l'offre • Le traitement des objections • L'écoute active 	<ul style="list-style-type: none"> • La préparation • La négociation 	<ul style="list-style-type: none"> • La Prise de contact • Le relationnel • L'approche et la démarche commerciale • L'organisation 	<ul style="list-style-type: none"> • La conclusion



Partie 2: Analyse par Facteur

2.1 La préparation

Ce facteur mesure le degré de rigueur et d'efficacité du commercial dans la préparation de ses entretiens commerciaux.



L'appréciation portée sur la performance du commercial par son manager sur ce domaine est positive.

Les évaluations effectuées par le manager (71%) et le commercial (83%) sont divergentes.

Par ailleurs, la mesure effectuée par notre système (70%) démontre une bonne connaissance du commercial des méthodes, techniques et comportements à mettre en oeuvre dans ce domaine.

Analyse du besoin de progression sur ce facteur

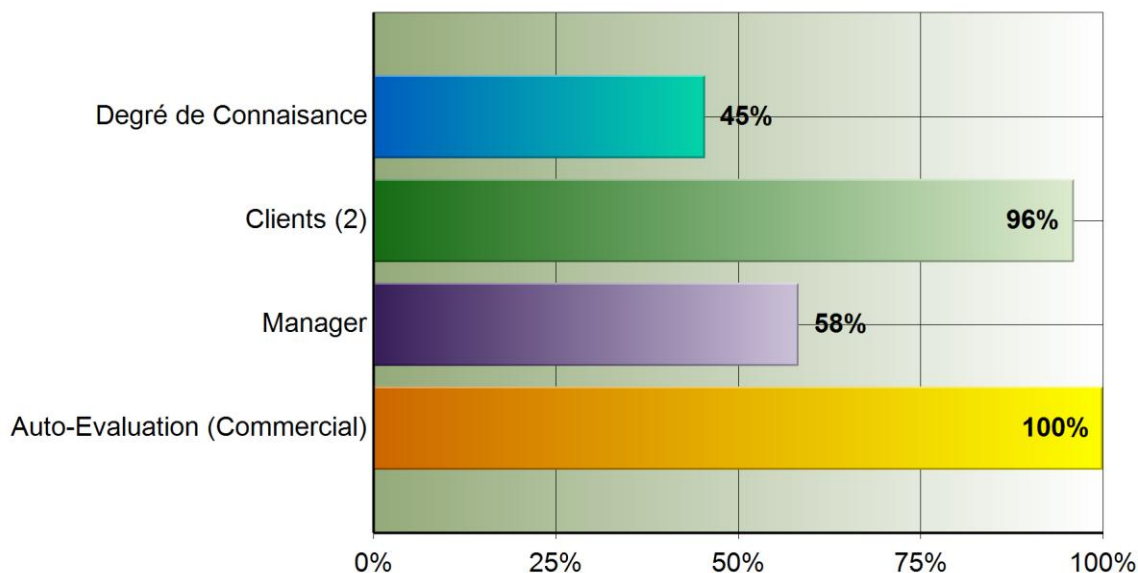
Il a été demandé au commercial et à son manager le degré d'importance qu'ils attachaient au besoin de progression sur ce domaine. Selon le commercial lui-même, le besoin de s'améliorer sur ce facteur lui paraît PEU IMPORTANT

Cet avis est partagé par son manager.



2.2 La Prise de contact

Ce facteur évalue la capacité du commercial à débiter efficacement ses entretiens commerciaux.



L'appréciation portée sur la performance du commercial par son manager sur ce domaine est mitigée.

Les évaluations effectuées par le manager (58%) et le commercial (100%) sont très divergentes.

Par ailleurs, la mesure effectuée par notre système (45%) démontre une connaissance plutôt moyenne du commercial des méthodes, techniques et comportements à mettre en oeuvre dans ce domaine.

Analyse du besoin de progression sur ce facteur

*Il a été demandé au commercial et à son manager le degré d'importance qu'ils attachaient au besoin de progression sur ce domaine. Selon le commercial lui-même, le besoin de s'améliorer sur ce facteur lui paraît **PEU IMPORTANT***

*Cet avis n'est pas partagé par son manager. Il lui semble **IMPORTANT** que son commercial accroisse ses performances sur ce domaine.*

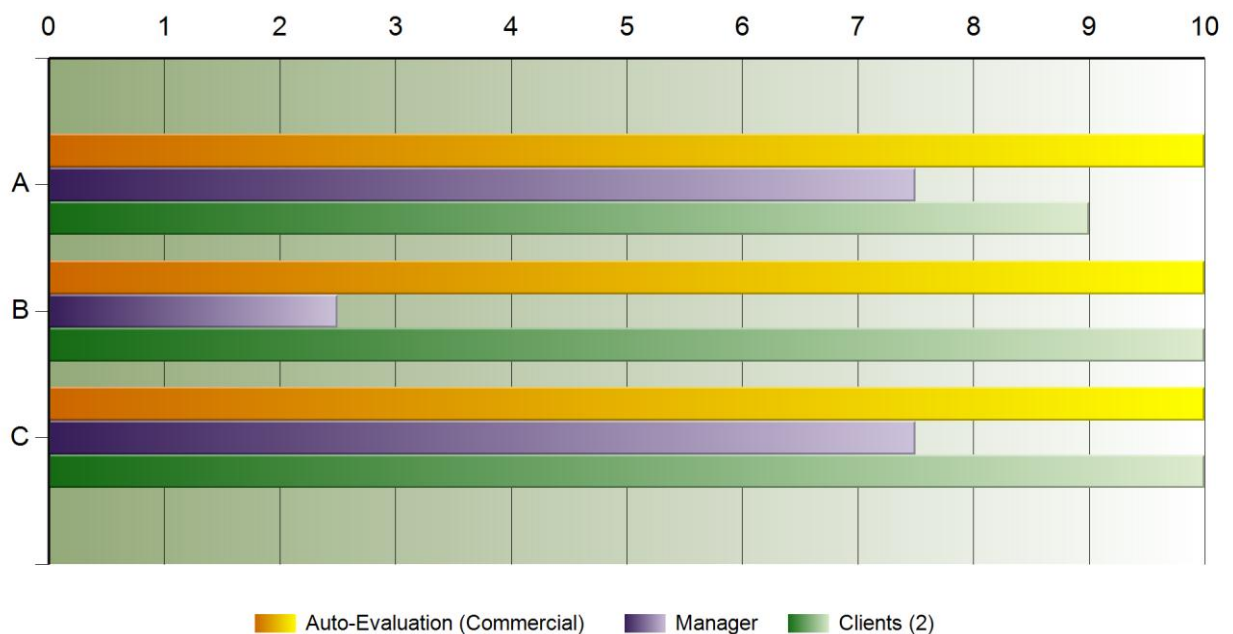


Résultats Détaillés

La performance au niveau de la PRISE DE CONTACT repose sur la mise en oeuvre de comportements professionnels permettant de:

- A) Créer un contact chaleureux
- B) Susciter l'intérêt de son interlocuteur
- C) Cadrer la suite de l'entretien

Les appréciations portées par le commercial comme son manager sur ces points de passage clés dans la PRISE DE CONTACT sont représentées dans le graphique ci-dessous :

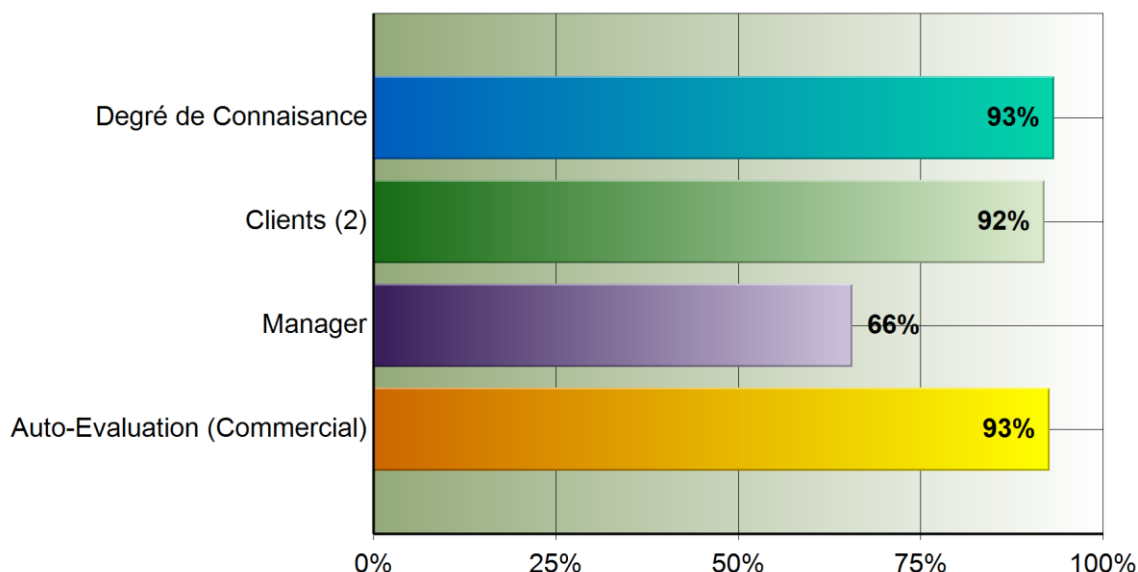


* Certains éléments ne sont pas appréciables par les clients.



2.3 L'analyse des besoins

Ce facteur évalue la capacité du commercial à identifier, qualifier et révéler les besoins de ses clients / prospects. Il repose sur la maîtrise de techniques de questionnement et sur des comportements d'écoute et d'empathie permettant au commercial de faire s'exprimer librement son interlocuteur sur ses préoccupations, problématiques et besoins.



L'appréciation portée sur la performance du commercial par son manager sur ce domaine est positive.

Les évaluations effectuées par le manager (66%) et le commercial (93%) sont très divergentes.

Par ailleurs, la mesure effectuée par notre système (93%) démontre une très bonne connaissance du commercial des méthodes, techniques et comportements à mettre en oeuvre dans ce domaine.

Analyse du besoin de progression sur ce facteur

Il a été demandé au commercial et à son manager le degré d'importance qu'ils attachaient au besoin de progression sur ce domaine. Selon le commercial lui-même, le besoin de s'améliorer sur ce facteur lui paraît PEU IMPORTANT

Cet avis est partagé par son manager.

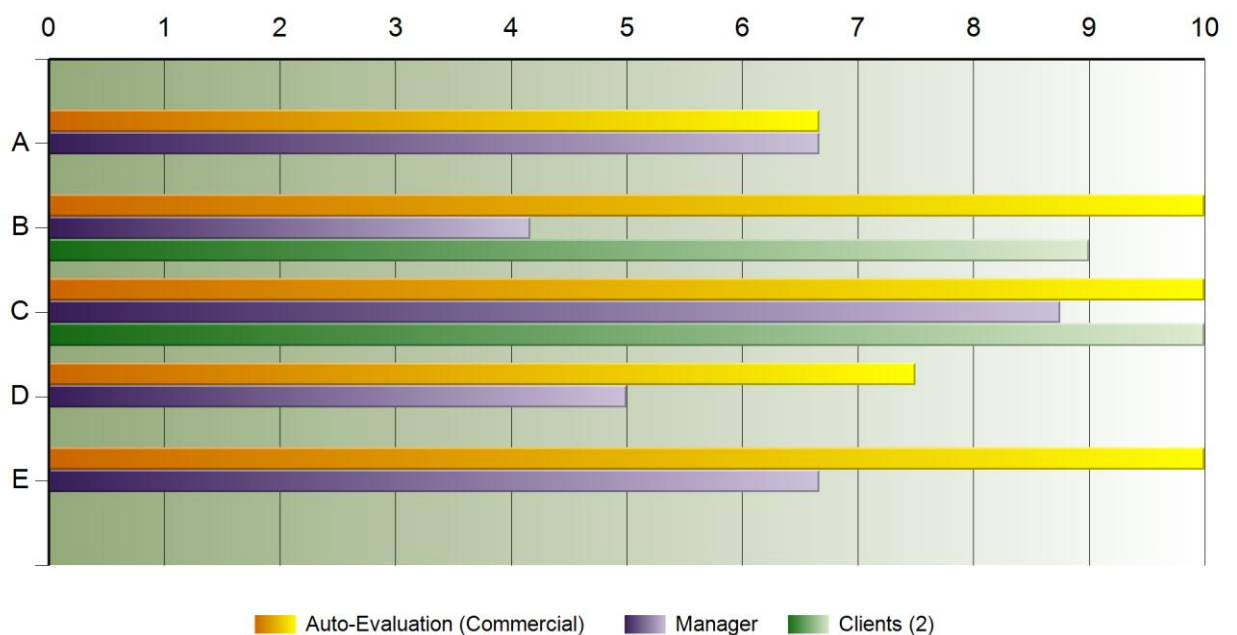


Résultats Détaillés

La performance au niveau de l'ANALYSE DES BESOINS repose sur la mise en oeuvre de comportements professionnels permettant de :

- A) Faire s'exprimer son interlocuteur
- B) Connaître son environnement, son contexte
- C) Comprendre ses problèmes et préoccupations
- D) Identifier ses désirs et motivations
- E) Découvrir et qualifier ses besoins

Les appréciations portées par le commercial comme son manager sur ces points de passage clés dans l'ANALYSE DES BESOINS sont représentées dans le graphique ci-dessous :

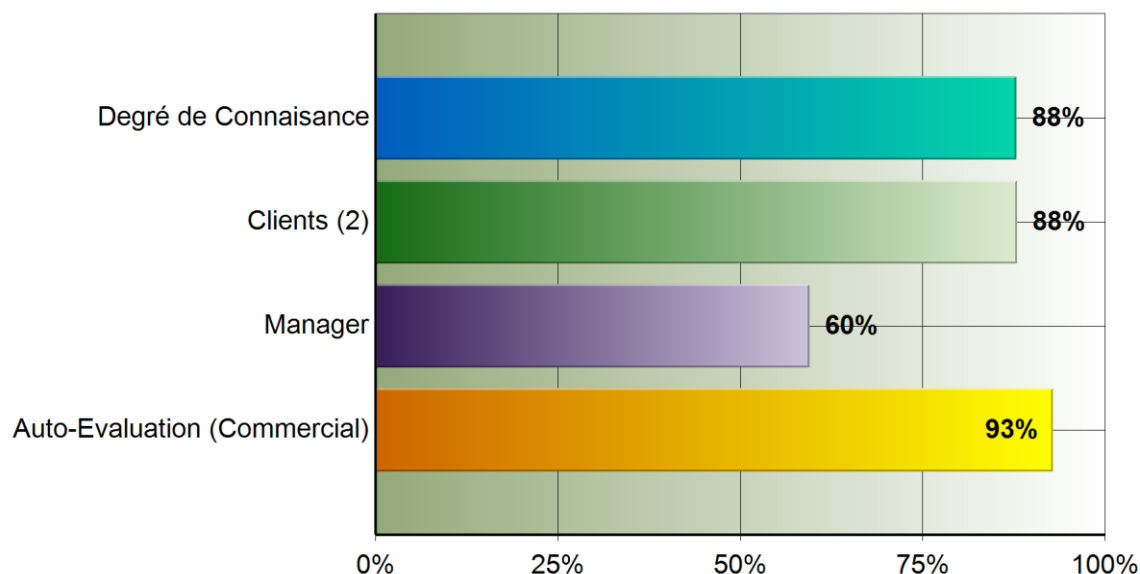


* Certains éléments ne sont pas appréciables par les clients.



2.4 La présentation de l'offre

Ce facteur apprécie la façon dont le commercial présente son offre, la valorise et délivre un argumentaire ciblé. Il repose sur les capacités du commercial à communiquer de façon persuasive et à faire adhérer son client/ prospect aux solutions proposées.



L'appréciation portée sur la performance du commercial par son manager sur ce domaine est mitigée.

Les évaluations effectuées par le manager (60%) et le commercial (93%) sont très divergentes.

Par ailleurs, la mesure effectuée par notre système (88%) démontre une très bonne connaissance du commercial des méthodes, techniques et comportements à mettre en oeuvre dans ce domaine.

Analyse du besoin de progression sur ce facteur

*Il a été demandé au commercial et à son manager le degré d'importance qu'ils attachaient au besoin de progression sur ce domaine. Selon le commercial lui-même, le besoin de s'améliorer sur ce facteur lui paraît **PEU IMPORTANT***

*Cet avis n'est pas partagé par son manager. Il lui semble **IMPORTANT** que son commercial accroisse ses performances sur ce domaine.*

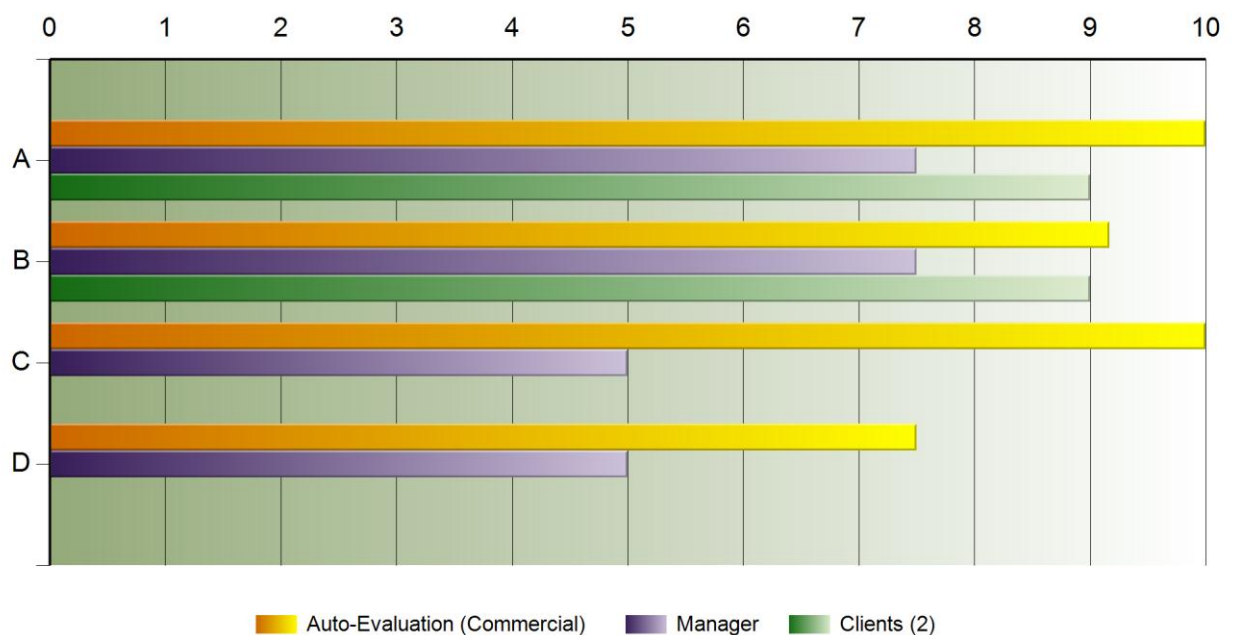


Résultats Détaillés

La performance au niveau de la PRESENTATION DE L'OFFRE repose sur la mise en oeuvre de comportements professionnels permettant de:

- A) Faire le lien entre les besoins exprimés et son offre
- B) Démontrer au client les bénéfices de la solution proposée
- C) Impliquer le client et obtenir des accords successifs
- D) Valoriser son offre au yeux du client / prospect

Les appréciations portées par le commercial comme son manager sur ces points de passage clés dans la PRESENTATION DE L'OFFRE sont représentées dans le graphique ci-dessous :

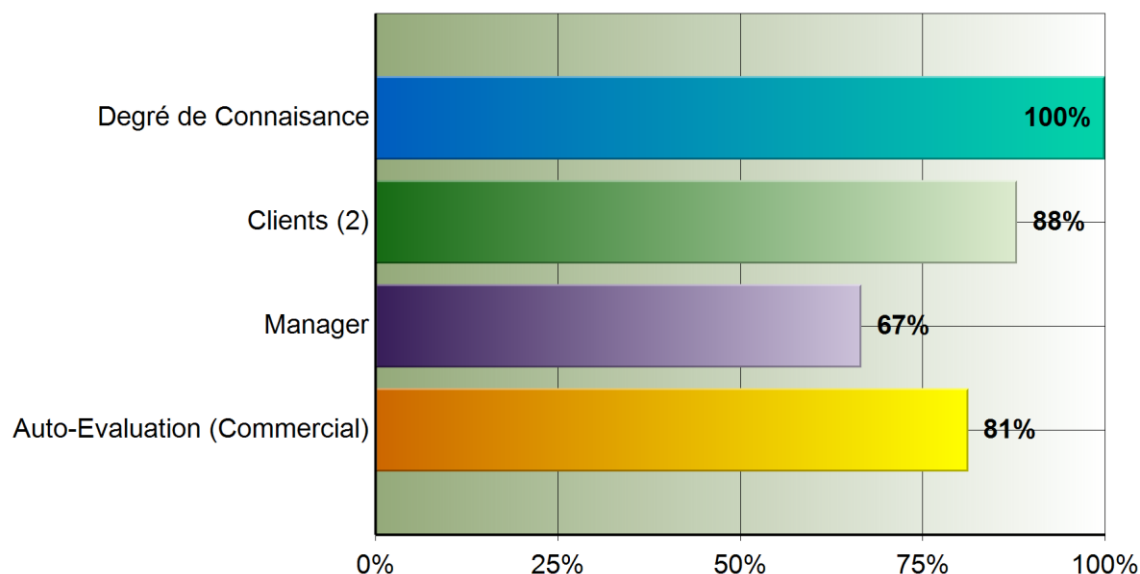


* Certains éléments ne sont pas appréciables par les clients.



2.5 Le traitement des objections

Ce facteur mesure la performance du commercial dans le traitement des objections et attitudes diverses du client (indifférence, doute, indétermination...). Il repose sur la maîtrise de techniques adaptées et les capacités de réaction de l'évalué face à l'imprévu.



L'appréciation portée sur la performance du commercial par son manager sur ce domaine est positive.

Les évaluations effectuées par le manager (67%) et le commercial (81%) sont divergentes.

Par ailleurs, la mesure effectuée par notre système (100%) démontre une très bonne connaissance du commercial des méthodes, techniques et comportements à mettre en oeuvre dans ce domaine.

Analyse du besoin de progression sur ce facteur

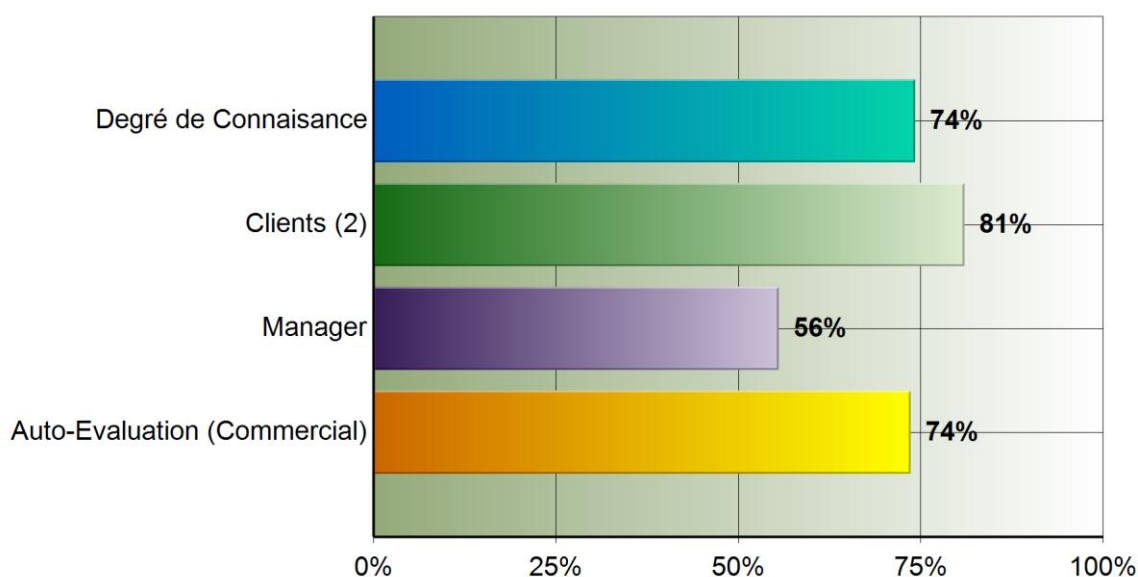
*Il a été demandé au commercial et à son manager le degré d'importance qu'ils attachaient au besoin de progression sur ce domaine. Selon le commercial lui-même, le besoin de s'améliorer sur ce facteur lui paraît **IMPORTANT***

*Cet avis n'est pas partagé par son manager. Il lui semble **TRES IMPORTANT** que son commercial accroisse ses performances sur ce domaine.*



2.6 La négociation

Ce facteur apprécie la façon dont le commercial mène ses négociations. Il évalue ainsi la capacité du commercial à élaborer une stratégie adaptée, à la suivre et à l'adapter en fonction de la situation, des enjeux, et de l'interlocuteur. Il apprécie enfin dans quel mesure le commercial parvient à trouver des accords optimisant les intérêts de chaque partie en présence.



L'appréciation portée sur la performance du commercial par son manager sur ce domaine est mitigée.

Les évaluations effectuées par le manager (56%) et le commercial (74%) sont divergentes.

Par ailleurs, la mesure effectuée par notre système (74%) démontre une bonne connaissance du commercial des méthodes, techniques et comportements à mettre en oeuvre dans ce domaine.

Analyse du besoin de progression sur ce facteur

*Il a été demandé au commercial et à son manager le degré d'importance qu'ils attachaient au besoin de progression sur ce domaine. Selon le commercial lui-même, le besoin de s'améliorer sur ce facteur lui paraît **PEU IMPORTANT***

*Cet avis n'est pas partagé par son manager. Il lui semble **IMPORTANT** que son commercial accroisse ses performances sur ce domaine.*

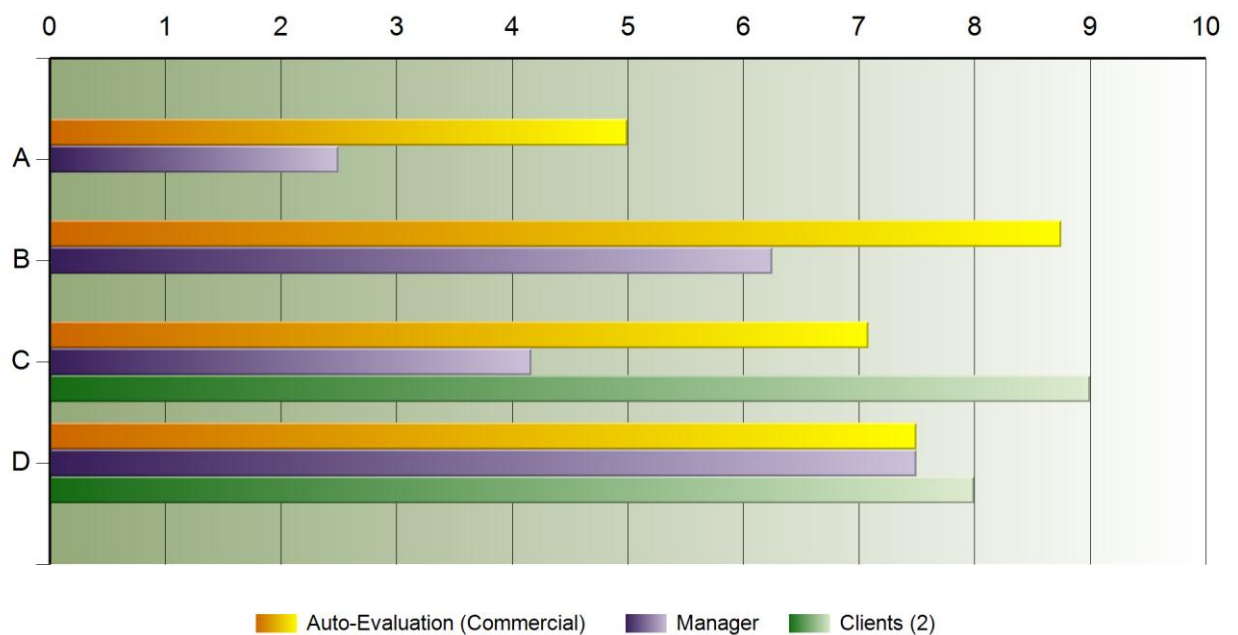


Résultats Détaillés

La performance au niveau de la NEGOCIATION repose sur la mise en oeuvre de comportements professionnels permettant de:

- A) Définir une stratégie de négociation pertinente
- B) Adapter son positionnement face aux enjeux et à la situation
- C) Faire preuve de ténacité en légitimant ses positions
- D) Rechercher des solutions gagnant/gagnant

Les appréciations portées par le commercial comme son manager sur ces points de passage clés dans la NEGOCIATION sont représentées dans le graphique ci-dessous :

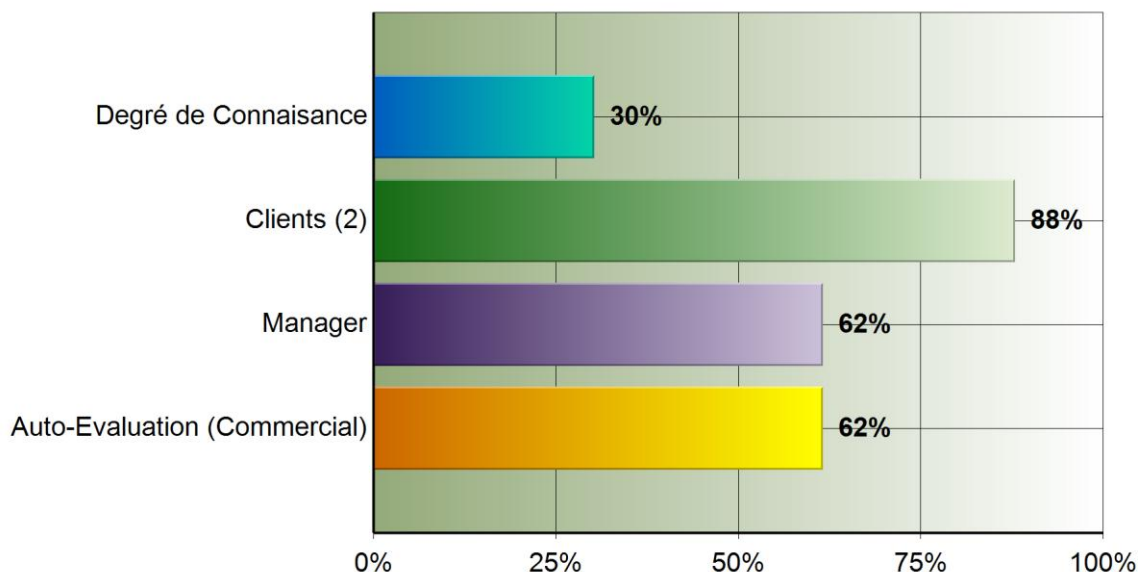


* Certains éléments ne sont pas appréciables par les clients.



2.7 La conclusion

Ce facteur évalue la capacité du commercial à conclure et concrétiser efficacement ses contacts commerciaux. Il suppose la maîtrise de techniques de conclusion (closing) par le commercial. Il se fonde également sur les qualités personnelles de l'évalué en terme de ténacité, persévérance...et "culot".



L'appréciation portée sur la performance du commercial par son manager sur ce domaine est mitigée.

Les évaluations effectuées par le manager (62%) et le commercial (62%) sont très convergentes.

Par ailleurs, la mesure effectuée par notre système (30%) démontre une très faible connaissance du commercial des méthodes, techniques et comportements à mettre en oeuvre dans ce domaine.

Analyse du besoin de progression sur ce facteur

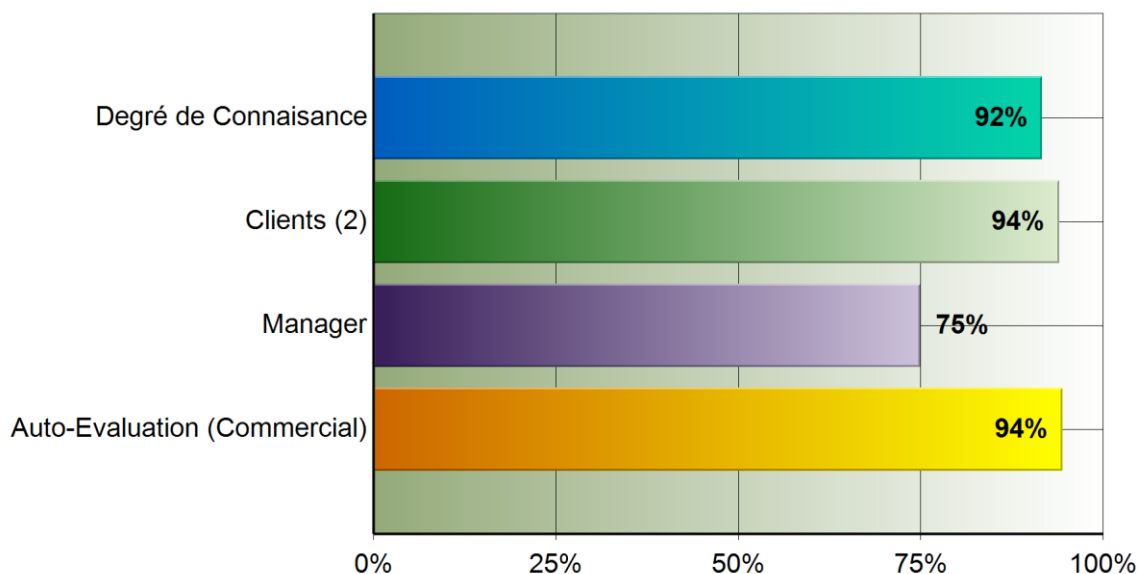
*Il a été demandé au commercial et à son manager le degré d'importance qu'ils attachaient au besoin de progression sur ce domaine. Selon le commercial lui-même, le besoin de s'améliorer sur ce facteur lui paraît **IMPORTANT***

*Cet avis n'est pas partagé par son manager. Il lui semble **TRES IMPORTANT** que son commercial accroisse ses performances sur ce domaine.*



2.8 L'écoute active

Ce facteur mesure la performance du commercial en terme d'écoute active et d'empathie face à ses interlocuteurs. Il comprend ainsi la faculté du commercial à comprendre les préoccupations, les intérêts et les motivations de ses interlocuteurs. Il repose également sur la capacité du commercial à leur montrer son degré de compréhension de leurs problématiques.



L'appréciation portée sur la performance du commercial par son manager sur ce domaine est positive.

Les évaluations effectuées par le manager (75%) et le commercial (94%) sont divergentes.

Par ailleurs, la mesure effectuée par notre système (92%) démontre une très bonne connaissance du commercial des méthodes, techniques et comportements à mettre en oeuvre dans ce domaine.

Analyse du besoin de progression sur ce facteur

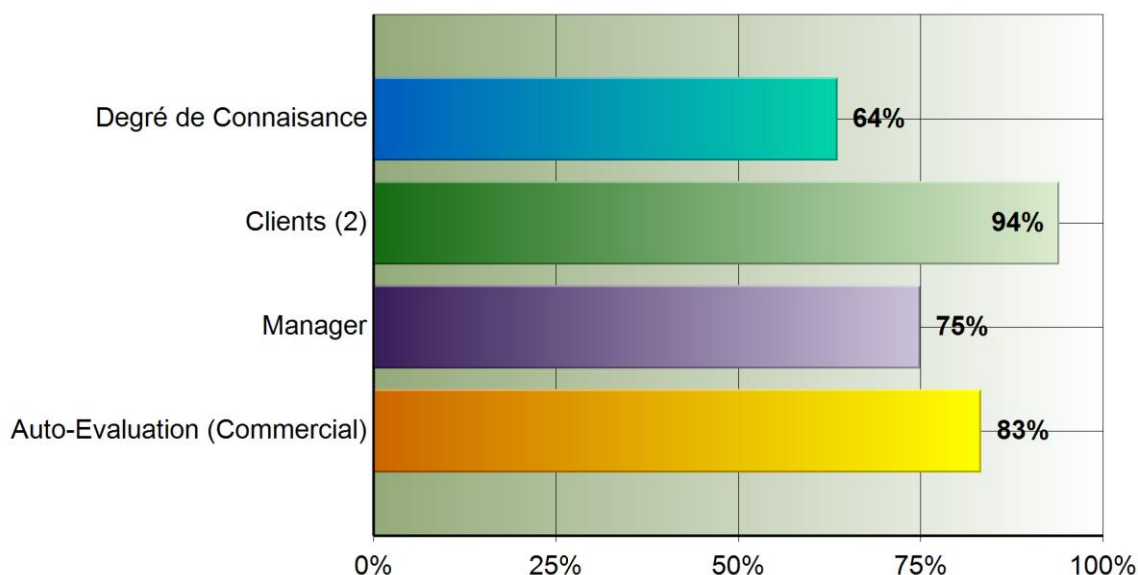
Il a été demandé au commercial et à son manager le degré d'importance qu'ils attachaient au besoin de progression sur ce domaine. Selon le commercial lui-même, le besoin de s'améliorer sur ce facteur lui paraît INUTILE

Cet avis est partagé par son manager.



2.9 Le relationnel

Ce facteur évalue la capacité du commercial à bâtir un climat de confiance rapidement lors de ses contacts commerciaux. Il apprécie la façon dont l'évalué parvient à adapter ses comportements et son vocabulaire face à ses différents types d'interlocuteur.



L'appréciation portée sur la performance du commercial par son manager sur ce domaine est positive.

Les évaluations effectuées par le manager (75%) et le commercial (83%) sont convergentes.

Par ailleurs, la mesure effectuée par notre système (64%) démontre une connaissance plutôt moyenne du commercial des méthodes, techniques et comportements à mettre en oeuvre dans ce domaine.

Analyse du besoin de progression sur ce facteur

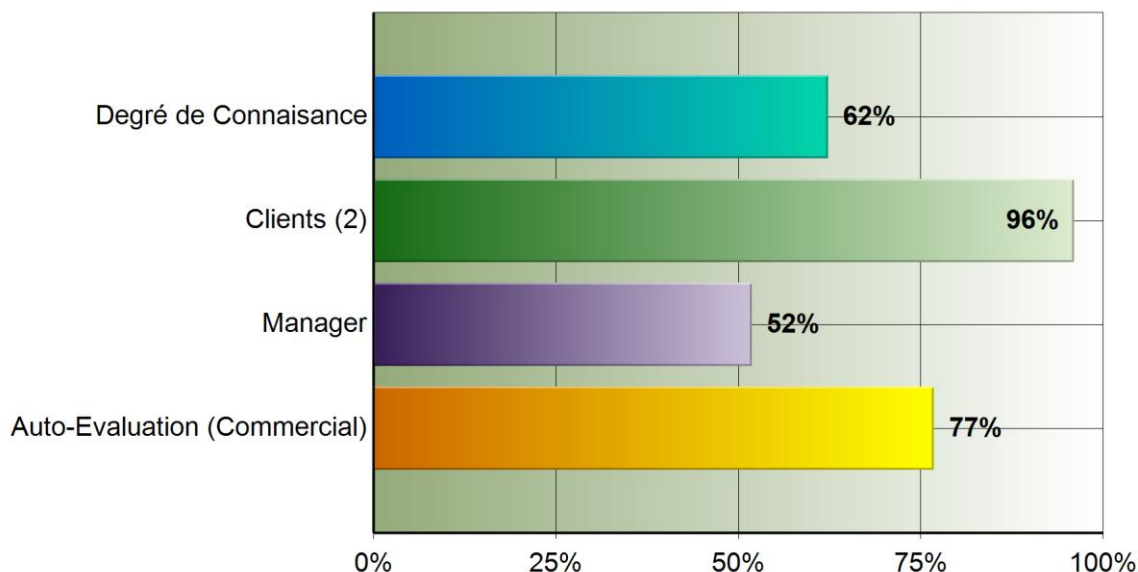
*Il a été demandé au commercial et à son manager le degré d'importance qu'ils attachaient au besoin de progression sur ce domaine. Selon le commercial lui-même, le besoin de s'améliorer sur ce facteur lui paraît **PEU IMPORTANT***

*Cet avis n'est pas partagé par son manager. Il lui semble **IMPORTANT** que son commercial accroisse ses performances sur ce domaine.*



2.10 L'approche et la démarche commerciale

Ce facteur évalue la performance du commercial au niveau de son approche de ses suspects-prospects-clients. Il mesure la pertinence et l'efficacité du commercial dans la définition et la mise en oeuvre d'une démarche de conquête ou de fidélisation adaptée à son marché et à la stratégie de son entreprise.



L'appréciation portée sur la performance du commercial par son manager sur ce domaine est mitigée.

Les évaluations effectuées par le manager (52%) et le commercial (77%) sont très divergentes.

Par ailleurs, la mesure effectuée par notre système (62%) démontre une connaissance plutôt moyenne du commercial des méthodes, techniques et comportements à mettre en oeuvre dans ce domaine.

Analyse du besoin de progression sur ce facteur

*Il a été demandé au commercial et à son manager le degré d'importance qu'ils attachaient au besoin de progression sur ce domaine. Selon le commercial lui-même, le besoin de s'améliorer sur ce facteur lui paraît **IMPORTANT***

*Cet avis n'est pas partagé par son manager. Il lui semble **TRES IMPORTANT** que son commercial accroisse ses performances sur ce domaine.*

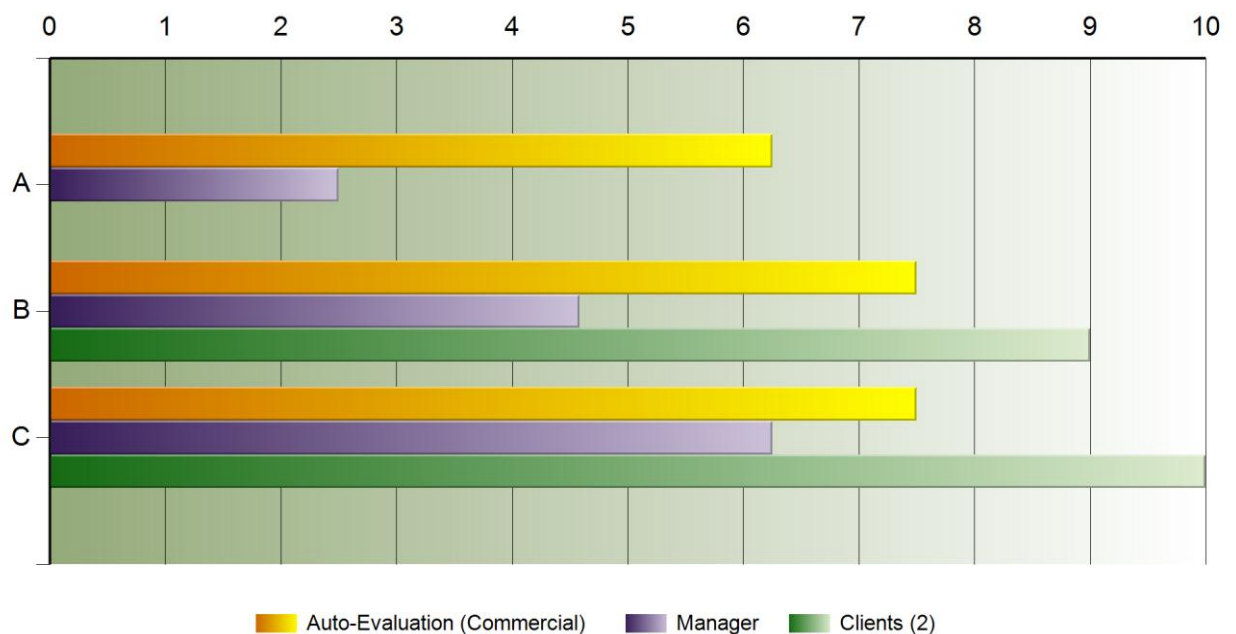


Résultats Détaillés

La performance au niveau de l'APPROCHE et de la DEMARCHE COMMERCIALE repose sur la mise en oeuvre de comportements professionnels permettant de:

- A) Définir et réviser régulièrement sa stratégie d'approche de son marché
- B) Identifier et maîtriser le circuit de décision
- C) Utiliser les ressources et compétences internes à bon escient

Les appréciations portées par le commercial comme son manager sur ces points de passage clés dans l'APPROCHE et de la DEMARCHE COMMERCIALE sont représentées dans le graphique ci-dessous:

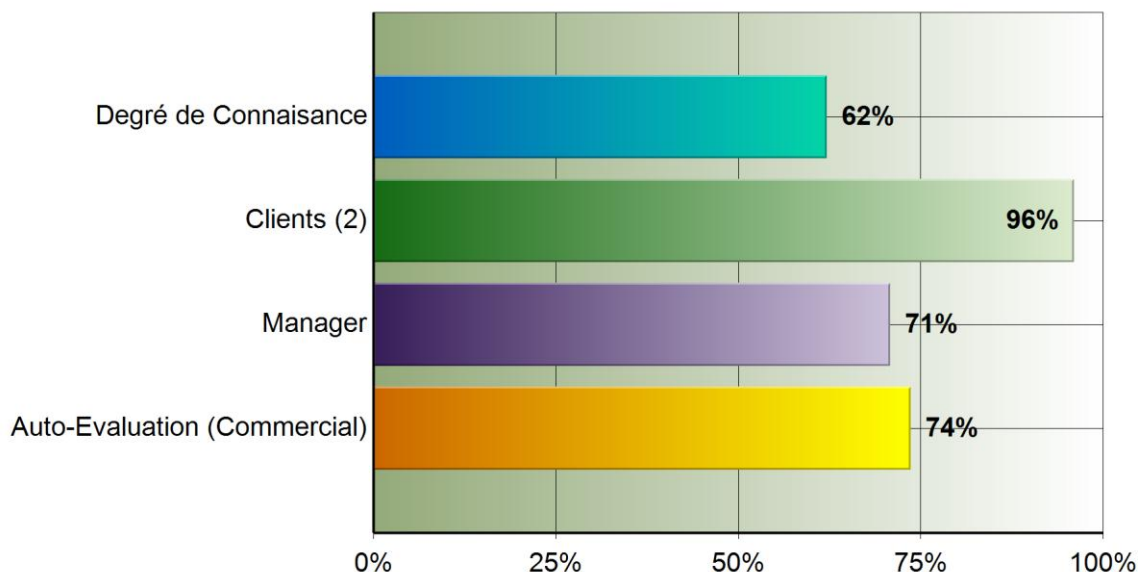


* Certains éléments ne sont pas appréciables par les clients.



2.11 L'organisation

Ce facteur évalue la capacité du commercial à organiser de façon optimale son activité commerciale. Cela comprend aussi bien la gestion du temps, que la gestion de son secteur ou territoire éventuel. Il intègre également et surtout le suivi des contacts et des clients.



L'appréciation portée sur la performance du commercial par son manager sur ce domaine est positive.

Les évaluations effectuées par le manager (71%) et le commercial (74%) sont très convergentes.

Par ailleurs, la mesure effectuée par notre système (62%) démontre une connaissance plutôt moyenne du commercial des méthodes, techniques et comportements à mettre en oeuvre dans ce domaine.

Analyse du besoin de progression sur ce facteur

*Il a été demandé au commercial et à son manager le degré d'importance qu'ils attachaient au besoin de progression sur ce domaine. Selon le commercial lui-même, le besoin de s'améliorer sur ce facteur lui paraît **IMPORTANT***

*Cet avis n'est pas partagé par son manager. Il lui semble **PEU IMPORTANT** que son commercial accroisse ses performances sur ce domaine.*

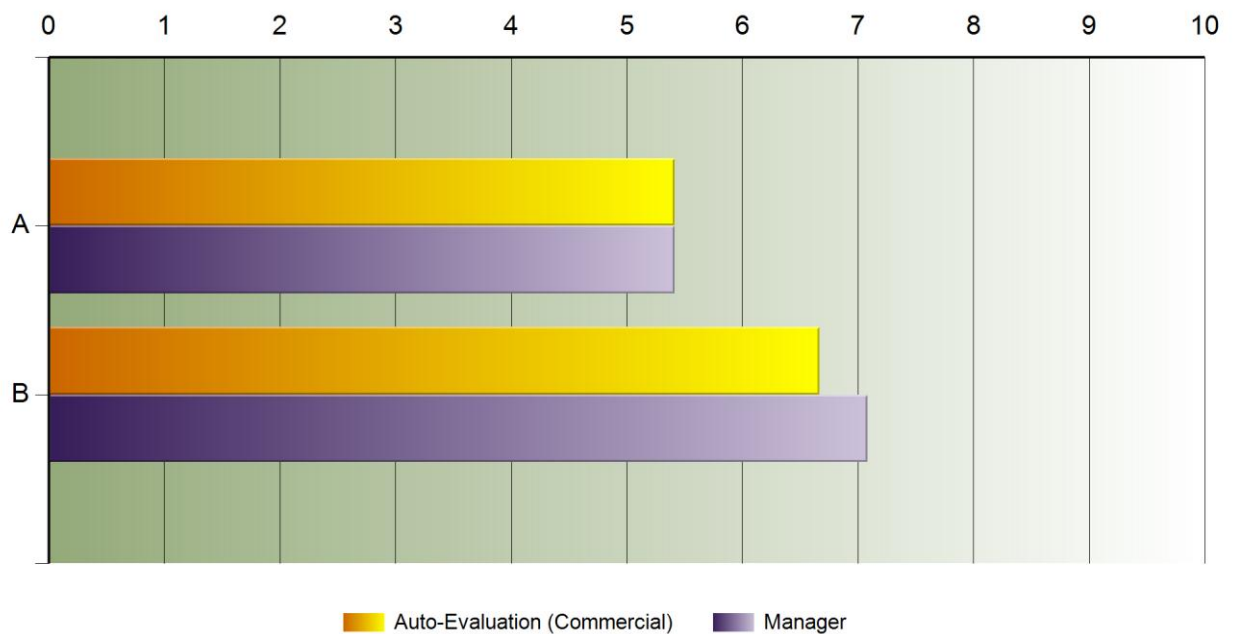


Résultats Détaillés

La performance au niveau de l'ORGANISATION repose sur la mise en oeuvre de comportements professionnels permettant de:

- A) Définir et gérer son temps efficacement
- B) Effectuer un suivi régulier de ses contacts et clients

Les appréciations portées par le commercial comme son manager sur ces points de passage clés dans l'ORGANISATION sont représentées dans le graphique ci-dessous:

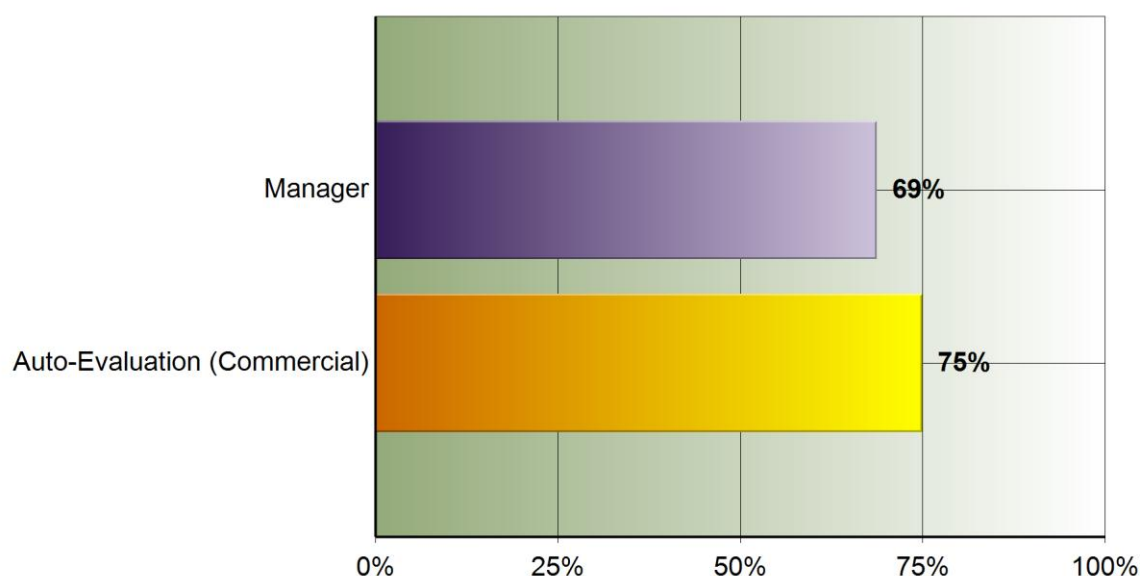


* Certains éléments ne sont pas appréciables par les clients.



2.12 La productivité

Ce facteur évalue le niveau de productivité globale du commercial dans l'exercice de sa mission. Il porte aussi bien sur le niveau d'activité déployé que sur le niveau d'atteinte des objectifs qui sont fixés.



L'appréciation portée sur la performance du commercial par son manager sur ce domaine est positive.

Les évaluations effectuées par le manager (69%) et le commercial (75%) sont convergentes.

Analyse du besoin de progression sur ce facteur

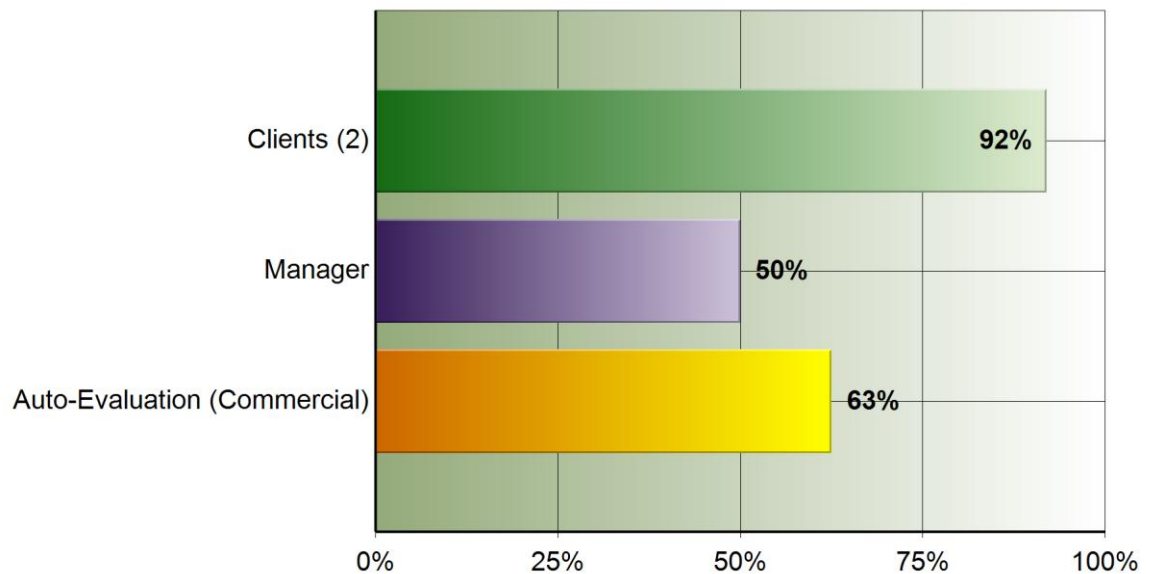
Il a été demandé au commercial et à son manager le degré d'importance qu'ils attachaient au besoin de progression sur ce domaine. Selon le commercial lui-même, le besoin de s'améliorer sur ce facteur lui paraît INUTILE

Cet avis n'est pas partagé par son manager. Il lui semble PEU IMPORTANT que son commercial accroisse ses performances sur ce domaine.



2.13 Les savoirs et connaissances "métier"

Ce facteur évalue les connaissances et savoirs du commercial liés à son secteur d'activité et son entreprise. Il comprend ainsi le degré de connaissance de l'offre produit de l'entreprise, la maîtrise des informations clés sur le marché et la concurrence...



L'appréciation portée sur la performance du commercial par son manager sur ce domaine est critique.

Les évaluations effectuées par le manager (50%) et le commercial (63%) sont divergentes.

Analyse du besoin de progression sur ce facteur

*Il a été demandé au commercial et à son manager le degré d'importance qu'ils attachaient au besoin de progression sur ce domaine. Selon le commercial lui-même, le besoin de s'améliorer sur ce facteur lui paraît **PEU IMPORTANT***

*Cet avis n'est pas partagé par son manager. Il lui semble **IMPORTANT** que son commercial accroisse ses performances sur ce domaine.*

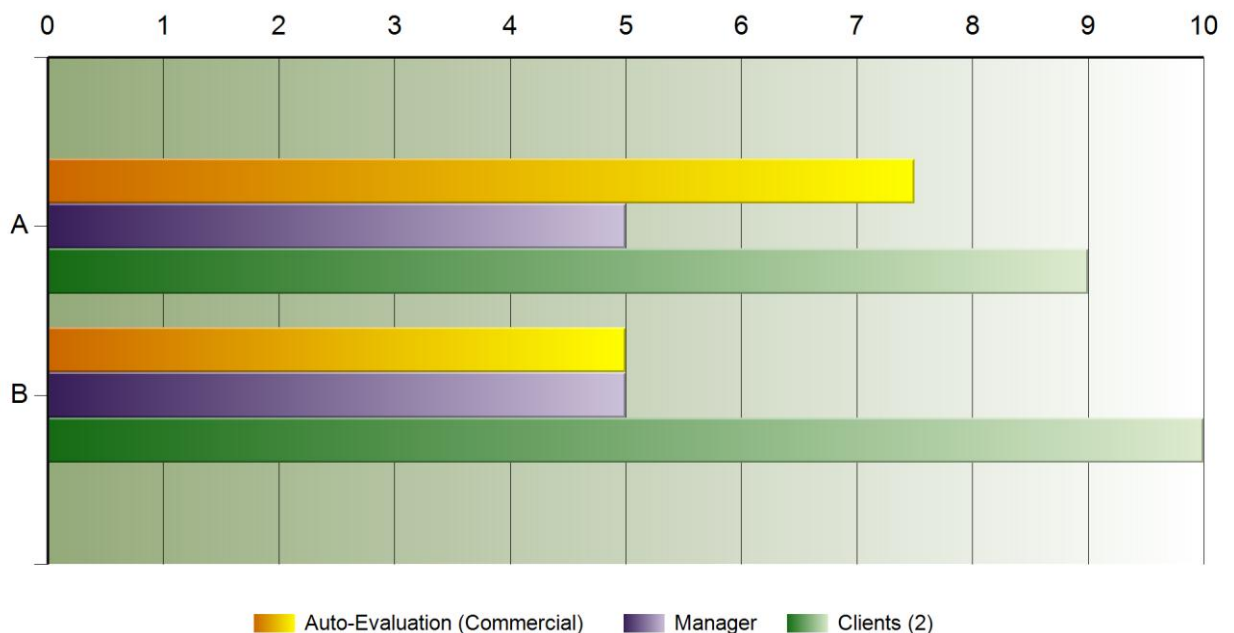


Résultats Détaillés

Ce facteur se décompose en deux grandes catégories de savoirs et connaissances nécessaires au commercial dans l'exercice de sa mission :

- A) Connaissances Marché : secteur d'activité, concurrence, problématiques clés, culture du secteur...
- B) Maîtrise de l'offre produits / services de l'Entreprise.

Les appréciations portées par le commercial comme son manager sur ces deux types de SAVOIRS ET CONNAISSANCES sont représentées dans le graphique ci-dessous:



* Certains éléments ne sont pas appréciables par les clients.



Partie 3: Obstacles à la Performance

Le graphique ci-dessous visualise les perceptions du commercial et de son manager sur les obstacles et lacunes qui pourraient empêcher le commercial d'être aujourd'hui plus performant dans son activité.

