

Par Gedry Raffin, le 22 juin 2020

Ventes sociétés : La Wroom Team muscle son package pour les concessionnaires

La société de conseil a observé un besoin grandissant, chez les distributeurs, d'accompagnement pour dynamiser les ventes aux entreprises. Elle sort du confinement avec une offre structurée à trois étages.



"Il y a un trafic dans les concessions dont les concessionnaires peuvent se réjouir, mais il faut se poser la question du temps que cela durera. Il faut donc se renforcer sur des segments qui permettront de prendre durablement le relai ensuite". Par ces mots avisés, **Eric Cerceau**, consultant de la Wroom Team, partage son sentiment quant à la nécessité pour les distributeurs de muscler leur force de frappe dans le registre des ventes à sociétés. Un sujet auquel le cabinet de conseil aux concessionnaires pour lequel il travaille s'attaque en cette période de reprise des activités.

Pour accompagner les concessionnaires, Wroom Team a dessiné une fusée à trois étages et deux propulseurs. Prenons d'abord les trois niveaux de composition de l'offre. Tout commence avec une solution de téléopérateurs qui, équipés d'un logiciel CRM, vont prospecter pour le compte du client des entreprises installées sur la zone de chalandise. Une prestation extérieure qui vient en renforcement, voire en compensation, d'une absence d'équipe de ventes BtoB pour générer des leads à transmettre.

Au deuxième étage de la fusée, le cabinet dépêche des commerciaux sur le terrain. En plus de la prise de contact en amont, ils sont capables d'assurer les rendez-vous de présentation de gamme. Une approche qui serait appréciée par des cadres du réseau national de Hyundai, marque en ligne avec les attentes des clients BtoB, mais dont seulement un tiers des concessions compte un commercial dédié. *"Nous allons partir à la rencontre de leurs distributeurs pour les aider à structurer et à tirer le maximum de leur famille de produits"*, amorce la prochaine étape Eric Cerceau qui a fait son entrée chez Philippe Fournier, dans l'Essone.

Cette prestation est notamment délivrée chez Autobacs. En Ile-de-France, l'enseigne de centre auto a missionné Wroom Team pour rencontrer des entreprises et vendre des contrats d'entretien aux gestionnaires de flotte. *"Nous pouvons tout aussi bien nous rendre dans les concessions BMW qui savent parfaitement recevoir des clients professionnels, mais comme nous l'ont rapporté certains distributeurs, peinent à appliquer des stratégies de prospection"*, cite le consultant en exemple d'autres pistes.

Des chefs des ventes externalisés

Le troisième étage de la fusée fait l'objet d'un modèle économique plus élaboré puisqu'il s'agit de recruter, de former et de lancer un commercial BtoB. Rémunéré dans un premier temps sur le montant du contrat de prestation signé avec le concessionnaire, il aspire à rejoindre, à termes, les rangs de la concession, cette fois en CDI. *"Un format assimilable au partage de salarié qui respecte la notion de territorialité"*, dit Eric Cerceau. *Nous pouvons donc former le profil avec plusieurs contrats de concessions pour l'amener rapidement à maturité"*.

Trois étages et deux boosters. En la matière, Wroom Team finalise une solution de pilotage des réseaux sociaux pour le compte de tiers. Moyennant un forfait, les experts pourront créer et alimenter les pages, contribuant au rayonnement de la concession dans la sphère digitale. L'autre effet "boost" provient d'une prestation de chef des ventes BtoB externalisé. En cours de finalisation, cette idée repose sur les membres de Wroom Team ou sur un collaborateur recruté à l'occasion. Un concessionnaire Toyota du centre ouest de la France étudie cette possibilité, comme une extension des accords qu'il a déjà avec le cabinet, sur la prise de rendez-vous à l'atelier.