

VALEURS AJOUTÉES[®]

le Mag des Entreprises



RICHARD SIAYOJIE

Expert en développement commercial et coach en vente.

ENTREPRISES:

COMMENT BÂTIR VOTRE PLAN COMMERCIAL?



RICHARD SIAYOJIE
CEO PROJECTION COMPANY

Le plan commercial ou plan d'action commercial d'une entreprise est un document rédigé en interne conjointement par le service commercial et le service marketing. Il centralise et détaille l'ensemble des opérations à effectuer sur une période donnée pour atteindre les objectifs fixés généralement par la direction de l'entreprise. C'est donc un outil indispensable pour réaliser les objectifs de vente de l'entreprise.

Il est judicieux pour chaque entreprise de construire à l'avance son plan commercial afin d'entrer sereinement dans la nouvelle année. Dans l'optique d'aider nos lecteurs à comprendre l'importance de bâtir un plan d'action commercial qui va leur permettre développer leur chiffre d'affaires en 2022, nous avons invité un expert dans le domaine de la vente à nous partager son expérience et à nous donner son point de vue sur la question.

VA : Bonjour M. Richard SIAYOJIE. Merci d'avoir accepté notre invitation. Pouvez-vous vous présenter à nos lecteurs ?

M. Richard SIAYOJIE : Bonjour Madame, c'est un réel plaisir pour moi d'avoir l'opportunité de partager avec vous et vos lecteurs mes connaissances et mon savoir-faire dans la vente. Je suis Richard SIAYOJIE Expert en développement commercial et coach en vente. Je suis également le promoteur de PROJECTION COMPANY (Spécialisé dans le développement commercial) et KALIBAT BTP(Spécialisé dans la production et le vente des parpaings et le distribution du graviers) .



PAALI CITY TRAVELS

Contactez-nous pour vos Vacances & Voyages de Rêve

NOS SERVICES:

- **TICKETING OU BILLETÉRIE**

EMISION DES BILLETS POUR MES VOLS DOMESTIQUES ET INTERNATIONAUX

- **FACILITATION VISA**

- **RESERVATION D'HOTEL**

A TRAVERS LE MONDE

- **LOCATION VEHICULE**



Av. Colonel Ebeya
N° 1454 Gombe-Kinshasa

E-mail:paalitravel@gmail.com

(Autre) +243 994 180 764

(Mobile) +243 824 622 272

VALEURS AJOUTÉES

le Mag des Entreprises



We build Africa Sales Force

@ siayojierichard@yahoo.fr
Salesinfluenceprogram@gmail.com
☎ +237 694 21 74 79/ 675304481

VA : Quel est votre parcours professionnel ?

M. Richard SIAYOJIE : Je suis titulaire d'un Master 2 en Analyse et Evaluation des Projets et d'une Maitrise en Management des entreprises.

J'ai 20 ans d'expérience dans le domaine de la vente dont 7 comme Directeur Commercial à RAZEL Cameroun. Nous constatons que plusieurs PME africaines ont pour la plupart une durée de vie limitée à 3 ans. Parmi les raisons de cette faillite il y a la non maitrise de la fonction commerciale. En effet, plus de 80% des entreprises ont du mal à trouver de nouveaux clients et plus de 70% des commerciaux en poste dans les entreprises n'ont jamais été formés en matière de vente. C'est pour cette raison que j'ai crée en 2013 le cabinet PROJECTION COMPANY qui est spécialisé dans le développement commercial et l'externalisation de la force de vente.

VA : Quelles sont concrètement les activités du cabinet PROJECTION COMPANY?

M. Richard SIAYOJIE : Nous accompagnons les entreprises dans le développement de leurs marchés en leur aidant à élaborer :

1. Leur diagnostic commercial,
2. Leur stratégie commerciale,
3. Leur plan commercial,
4. Leur plan de prospection commercial et,
5. Le management de la force de vente.

Nous croyons profondément que le développement des Hommes développe les organisations.

Par ailleurs, nous avons mis sur pied un programme appelé « **Sale Influence Program** » qui a pour mission de former des Hommes qui vont développer leurs marchés. Ainsi, à travers des conférences, des formations, le coaching et l'évaluation commerciale, nous amenons les commerciaux à :

- Ø Mieux se connaître,
- Ø Etablir leurs forces et leurs faiblesses,
- Ø Et construire une stratégie basée sur leurs forces.

Je tiens à souligner que la formation et le coaching se font en ligne et en présentielle.

Un plan commercial c'est un véritable plan de guerre. Pour gagner de nouvelles parts commerciales toute entreprise doit avoir un plan commercial qui est en réalité indispensable pour toutes les entreprises qui veulent gagner des parts de marché. Il contient l'ensemble des actions commerciales à mettre en œuvre sur le terrain pour pouvoir gagner la bataille commerciale.



GOMA SERENA
HOTEL



GOMA SERENA HOTEL

Goma Serena Hotel is easily accessible to the Goma International Airport within a 10-minute drive and a 2-hour drive to the famous Virunga National Park; home to the endangered mountain gorillas. It is also accessible within a 2 hour flight from the capital city - Kinshasha

and a few minutes drive from the Rwanda border.
The east of North Kivu borders Rwanda and Uganda, where Serena Hotels has presence

Call Now.

Nord Kivu - DR Congo
Tel: +243 999 399330 /
+243 828 903381

Email:
Goma@serenahotels.com
www.serenahotels.com

VALEURS AJOUTÉES[®]
le Mag des Entreprises

LES LEVIERS POUR POUVOIR BÂTIR UN BON PLAN COMMERCIAL



1. La vision

Quelle est votre vision ? Est-ce que cette vision est partagée par l'ensemble de votre personnel ?

2. La mission

Pourquoi est-ce que vous avez créé votre entreprise ? Quel est le rôle de votre entreprise ? Quel est le problème que votre entreprise doit résoudre sur le terrain ?

3. Les valeurs morales

Sur quel engagement moral vous appuyez votre entreprise ?

4. L'analyse des forces et des faiblesses, des opportunités et des menaces sur le marché

5. L'analyse de la concurrence

Quels sont vos concurrents sur le marché ? Quelles sont leurs forces à eux et leurs faiblesses ?

6. La stratégie

Quelle est votre stratégie pour pouvoir conquérir de nouvelles parts de marchés ?

7. Les objectifs

Ces objectifs doivent être SMART c'est-à-dire spécifiques, mesurables, atteignables, relevant et temporairement définis.

« Lorsque 10 à 20% des vendeurs n'atteignent pas leurs objectifs, le problème vient peut-être des vendeurs. » « En Revue, lorsque la plupart des vendeurs échouent, les problèmes viennent de leurs objectifs », Harvard Business Review.

8. Le plan d'action sur le long terme

Quelles sont les actions que vous comptez poser sur le marché et la planification de ses actions dans le temps ?

9. Le budget commercial

Quel est le budget commercial que vous disposez pour pouvoir agir ?

10. Les indicateurs de performance

Quelles sont les indicateurs de performance que vous avez pour pouvoir évaluer les compétences de votre fonction commerciale ?

Comme je l'ai mentionné plus haut, notre credo est d'une part d'aider les entreprises à vendre plus en bâtissant une organisation commerciale solide, et d'autres parts de développer les compétences des commerciaux qui vont développer leurs parts de marché.

Laissez-nous donc joindre nos efforts aux vôtres pour pouvoir réussir le combat commercial sur le marché.

Propos recueillis par Caty Flore DONGMO

Présentez vos projets au monde
grâce au magazine Valeurs Ajoutées le mag des
entreprises



infos@valeursajouteeslemag.net



Afrique: +237 699488327

Europe: +33 626 08 78 50

Savoir pour Mieux Agir
VALEURS AJOUTÉES[®]
le Mag des Entreprises

