



# CATALOGUE PRODUITS & SERVICES 2013

[www.salesfactory-automotive.fr](http://www.salesfactory-automotive.fr)



## LES BASES DE DONNÉES

BMA	La base de données des MRA & Agents	4
BCAR	La base de données des Carrossiers Automobiles	5
BConces	La base de données des Concessionnaires	6
BVO	La base de données des Revendeurs VO	7
Bmoto	La base de données des Concessionnaires et Réparateurs de motos	8
Bdis	La base de données des Distributeurs Stockistes	9
BCT	La base de données des Centres de Contrôles Techniques	10
B-Accastillage	La base de données des vendeurs de produits et matériel pour la marine	11
Bmotoculture	La base de données des spécialistes et revendeurs motoculture	12
B-Stations	La base de données des stations services avec boutiques accessoires	13
Stock-to_Sales France	La base de données du Parc Automobile français	14-15
Stock-to_Sales Europe	La base de données du Parc Automobile européen	16
BPL	La base de données Poids Lourds	17

## LES SERVICES

1/ A partir de notre centre d'appels intégré	
Prise de RDV pour les forces de vente des équipementiers	19
Prise de RDV pour les forces de vente des distributeurs	20
Prise de RDV pour le développement de réseaux de garages	21
Développement commercial. Accompagnement commercial & relais de vos promotions	22
Formations. Prospection commerciale et prise de RDV	23-25
Etudes BtoB ad'hoc	26
Le Baromètre Salesfactory	27
2/ Le marketing opérationnel	28
3/ Le déploiement commercial avec notre force de vente supplétive	29
Exemples d'actions	30

## LES TARIFS

Bases de données	40-41
Opérations centre d'appels	42
Formations	43

## LES RÉFÉRENCES



## LES BASES DE DONNÉES

## LES BASES DE DONNÉES

## DISTRIBUTION

# BMA

## La base de données MRA et Agents

### CONTENU

- ◆ **Fiche d'identité du garage**, effectif et CA.
- ◆ **Activité complémentaire** : carrosserie, VO, etc.
- ◆ **Identification du panneau** représenté (agent, RA, etc.), en intégrant les nouveaux panneaux Motorcraft, Garage Premier, Garage AD Expert, Auto Expert, etc.
- ◆ **Intégration des changements d'activités et de panneaux** : 3500 agents ont perdu leur panneau en 2004 et sont devenus des MRA à fort potentiel, plus de 5 200 mouvements chaque année (en augmentation depuis 2008).
- ◆ **Identification de la source d'approvisionnement** : (nom du distributeur ou DOPR principal).

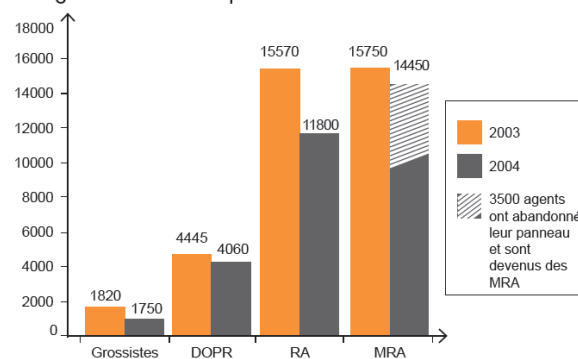


### UTILISATION

Grâce à BMA :

- ◆ Vous **optimisez vos actions de marketing direct et votre prospection** grâce à l'exactitude des panneaux constructeurs et réseaux de garages,
- ◆ Vous **ciblez uniquement des garages en activité, et à potentiel**.
- ◆ Vous **orientez et accompagnez** votre force de vente et celle de vos distributeurs,
- ◆ Vous bénéficiez d'un **outil ergonomique** sur tableur Excel ou en ligne sur Internet.

Paysage de la rechange automobile avant / après la réglementation Européenne



100% des ateliers de réparation automobile traditionnels

25 250 adresses dont 15 100 MRA et 10 150 Agents

### NOS PRESTATIONS

Mise à disposition de BMA sous 2 formats possibles :

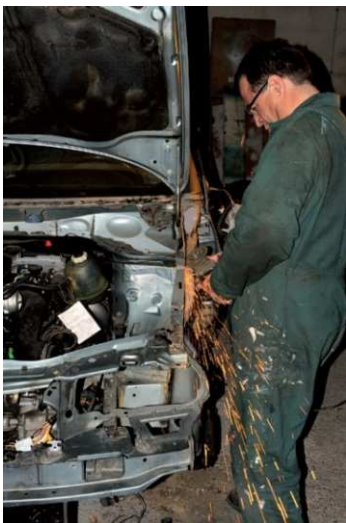
- Sous **fichier EXCEL** via une transmission par email. Vous exploitez la base à partir de vos ressources internes
- **Base on line sur notre site Internet**, vous pouvez faire vos sélections et télécharger les adresses en fonction de vos besoins et actions à venir, grâce à un accès dédié.

## LES BASES DE DONNÉES

## DISTRIBUTION

**BCAR**La base de données **Carrossiers Automobiles****CONTENU**

- ◆ Fiche d'identité de la carrosserie,
- ◆ Effectifs, entrées atelier, CA peinture et appartenance à un réseau,
- Marque(s) de peinture utilisée(s),
- Équipements et **activités complémentaires** : ESA, clim, etc.
- Identification de la **source d'approvisionnement** : (Nom du distributeur ou DOPR principal).

**UTILISATION**

Grâce à BCAR :

- ◆ Vous **communiquez vers les utilisateurs et les destructeurs de vos produits**,
- Vous **accompagnez et soutenez vos distributeurs** dans la commercialisation de vos gammes,
- Vous mettez en œuvre **des actions de Push & Pull**,
- Vous **orientez et accompagnez votre force de vente** et celle de vos distributeurs,
- Vous êtes **force de proposition** sur les ateliers de carrosserie à fort potentiel...

**100% des ateliers de carrosseries automobiles****14 650 adresses dont 4 100 spécialistes en carrosserie****NOS PRESTATIONS***Mise à disposition de BMA sous 2 formats possibles :*

- *Sous **fichier EXCEL** via une transmission par email. Vous exploitez la base à partir de vos ressources internes*
- ***Base on line sur notre site Internet**, vous pouvez faire vos sélections et télécharger les adresses en fonction de vos besoins et actions à venir, grâce à un accès dédié.*



## LES BASES DE DONNÉES

## DISTRIBUTION

**BCONCES***La base de données* **Concessionnaires****CONTENU**

- ◆ **Fiche d'identité** des concessions,
- ◆ Effectifs, entrées atelier pour l'activité RA, recensement du ou des réseaux représentés,
- ◆ Équipements et **activités complémentaires** : carrosserie, ESA, clim, etc
- ◆ Intégration des **changements d'activités et de statuts depuis la nouvelle réglementation européenne 1400/2002** en octobre 2003 : plus de 30% de changements depuis 2003 et arrivée d'acteurs de nouveaux horizons,
- ◆ Les **groupes d'appartenance** des concessions.

**UTILISATION**

Grâce à BConces :

- ◆ Vous **communiquez vers les utilisateurs et les destructeurs de vos produits**,
- ◆ Vous **accompagnez et soutenez vos distributeurs** dans la commercialisation de vos gammes,
- ◆ Vous mettez en œuvre **des actions de Push & Pull**,
- ◆ Vous **orientez et accompagnez votre force de vente** et celle de vos distributeurs,
- ◆ Vous **êtes force de proposition** sur les ateliers de carrosserie à fort potentiel...



100% des  
concessionnaires  
automobiles

3 980 adresses

**NOS PRESTATIONS**

Mise à disposition de BMA sous 2 formats possibles :

- **Sous fichier EXCEL** via une transmission par email. Vous exploitez la base à partir de vos ressources internes
- **Base on line sur notre site Internet**, vous pouvez faire vos sélections et télécharger les adresses en fonction de vos besoins et actions à venir, grâce à un accès dédié.

## LES BASES DE DONNÉES

## DISTRIBUTION

**BVO**La base de données **Revendeurs VO**

## CONTENU

- ◆ **Fiche d'identité** complète de l'établissement,
- ◆ Effectifs, CA, volumétrie VO et VN, nombre d'entrées atelier si activité mécanique ou de carrosserie,
- ◆ **Activités complémentaires** : VN, mécanique, carrosserie, dépannage, location de véhicules...etc.
- ◆ Intégration **des changements de statuts et de sources d'approvisionnement**,
- ◆ Typologie des achats VO et VN.



## UTILISATION

Grâce à BVO :

- ◆ Vous **communiquez vers les utilisateurs de vos produits**,
- ◆ Vous **accompagnez et soutenez** vos distributeurs dans la commercialisation de vos offres,
- ◆ Vous mettez en œuvre des **actions de Push & Pull**,
- ◆ Vous **orientez et accompagnez votre force de vente** dans cet environnement en mouvement,
- ◆ Vous êtes **force de proposition** sur les spécialistes VO exclusivement.



100% des acteurs de la vente de véhicules d'occasion

18 200 adresses de revendeurs VO

## NOS PRESTATIONS

*Mise à disposition de BVO sous 2 formats possibles :*

- Sous **fichier EXCEL** via une transmission par email. Vous exploitez la base à partir de vos ressources internes.
  - **Base on line sur notre site Internet**, vous pouvez faire vos sélections et télécharger les adresses en fonction de vos besoins et actions à venir, grâce à un accès dédié.
- Nous proposons également une base light qualifiée avec 1 280 adresses de spécialistes VO, sous Excel ou via Internet.

## LES BASES DE DONNÉES

## DISTRIBUTION

**BMOTO***La base de données* **Concessionnaires et Réparateurs Motos****CONTENU**

- ◆ 1 Fiche d'identité du revendeur,
- ◆ Adresse complète et normalisée,
- ◆ Contact, coordonnées et téléphone.

**UTILISATION**

Grâce à BMoto :

- ◆ Vous **communiquez vers les utilisateurs de vos produits**,
- ◆ Vous **les accompagnez** dans la commercialisation de vos gammes,
- ◆ Vous **nourrissez** vos vendeurs de prospects,
- ◆ Vous **orientez et accompagnez votre force de vente**,
- ◆ Vous êtes **force de proposition** pour aller conquérir de nouveaux clients sur vos gammes dédiées

100% des acteurs de la vente et de la réparation moto,

Soit 4 180 adresses

**NOS PRESTATIONS**

Mise à disposition de BMoto sous 2 formats possibles :

- Sous **fichier EXCEL** via une transmission par email. Vous exploitez la base à partir de vos ressources internes.



## LES BASES DE DONNÉES

## DISTRIBUTION

**BDIS***La base de données* **Distributeurs stockistes****CONTENU**

- ◆ **Fiche d'identité** complète du distributeur,
- ◆ Statuts et **activités complémentaires** : réparation, clim, poids lourds, ateliers, etc,
- ◆ **Analyse de l'activité** : CA, effectifs du ou des sites,
- ◆ **Liens vers la base BMA** (MRA et Agents) pour identifier tous leurs clients garages et leur potentiel d'achats (exclusivité Salesfactory),
- ◆ **Recensement du responsable, des principaux vendeurs comptoirs et du gestionnaire de stock** – **EXCLUSIVITE SALESFACTORY** – pour faire le lien avec la base Stock\_to\_Sales.

**UTILISATION**

Grâce à BDIS :

- ◆ Vous **communiquez vers les utilisateurs de vos produits**,
- ◆ Vous les **accompagnez et soutenez** dans la commercialisation de vos gammes,
- ◆ Vous **nourrissez vos vendeurs de prospects**,
- ◆ Vous **orientez et accompagnez votre force de vente**,
- ◆ Vous êtes **force de proposition** pour aller conquérir de nouveaux clients MRA et agents...

100% des  
distributeurs  
stockistes,

Soit 1 950 adresses

**NOS PRESTATIONS**

Mise à disposition de BDIS sous **fichier EXCEL** via une transmission par email.



## LES BASES DE DONNÉES

## DISTRIBUTION

**BCT**La base de données **Centres de Contrôle Technique**

## CONTENU

- ◆ Identifiant SIRET, numéro d'agrément,
- ◆ **Fiche d'identité** du centre (adresse, tél),
- ◆ Effectif,
- ◆ Nom du dirigeant,
- ◆ Identification du **réseau**
- ◆ N° d'agrément UTAC



## UTILISATION

Grâce à BCT :

- ◆ Vous **optimisez** vos actions de marketing direct grâce à l'exactitude des réseaux,
- ◆ Vous **communiquez** vers les utilisateurs de vos produits,
- ◆ Vous **orientez** et **accompagnez** votre force de vente,
- ◆ Vous êtes **force de proposition** pour aller conquérir de nouveaux clients.

100% des centres de  
Contrôles Techniques  
VL/VUL en France**5 150 adresses**

## NOS PRESTATIONS

Mise à disposition de BCT sous  
**fichier EXCEL** via une transmission  
par email. Vous exploitez la base à  
partir de vos ressources internes.

## LES BASES DE DONNÉES

## DISTRIBUTION

**B-ACCASTILLAGE**

La base de données *Shiplanders* et magasins d'accastillage

**CONTENU**

- ◆ 1 **fiche d'identité** de chaque magasin
- ◆ Adresse complète et normalisée
- ◆ Contacts, coordonnées et téléphone

**UTILISATION**

Grâce à B-Accastillage :

- ◆ Vous **communiquez vers les utilisateurs de vos produits**,
- ◆ Vous **les accompagnez** dans la commercialisation de vos gammes,
- ◆ Vous **nourrissez** vos vendeurs de **prospects**,
- ◆ Vous **orientez et accompagnez votre force de vente**, sur un circuit atomisé, dominé par les indépendants, et très hétérogène,
- ◆ Vous êtes **force de proposition** pour aller conquérir de nouveaux clients revendeurs

100 % des acteurs de la vente des matériels et accastillages pour la marine et la plaisance.

**1 207 adresses**

**NOS PRESTATIONS**

- Mise à disposition de B-Accastillage sous fichier Excel via une transmission par e-mail.
- Vous exploitez la base à partir de vos ressources internes.

## LES BASES DE DONNÉES

## DISTRIBUTION

**B-MOTOCULTURE**

La base de données *Spécialistes et revendeurs*  
*motoculture*

**CONTENU**

- ◆ 1 **fiche d'identité** de chaque revendeur
- ◆ Adresse complète et normalisée
- ◆ Nom du responsable
- ◆ Coordonnées complètes avec téléphone

**UTILISATION**

Grâce à B-Motoculture :

- ◆ Vous **ciblez de nouveaux clients qualifiés**,
- ◆ Vous **identifiez vos prospects à fort potentiel**,
- ◆ Vous **développez le chiffre d'affaires** sur votre gamme motoculture,
- ◆ Vous **orientez et accompagnez votre force de vente** sur une **cible peu visitée**

100 % des spécialistes et revendeurs motoculture.

Soit 3 834 adresses

dont 2 362 spécialistes

**NOS PRESTATIONS**

- Mise à disposition de B-Motoculture sous fichier Excel via une transmission par e-mail.
  - Vous exploitez la base à partir de vos ressources internes.
- Nous pouvons également vous conseiller sur les actions à mener.

## LES BASES DE DONNÉES

## DISTRIBUTION

**B-STATIONS***La base de données* **Stations-services****CONTENU**

- ◆ 1 **fiche d'identité** de chaque station
- ◆ Adresse complète et normalisée
- ◆ Enseigne du pétrolier
- ◆ Coordonnées complètes avec téléphone

**UTILISATION**

Grâce à B-Motoculture :

- ◆ Vous **ciblez de nouveaux clients qualifiés**,
- ◆ Vous **développez le chiffre d'affaires de vos gammes sur une cible peu visitée**
- ◆ Vous **orientez et accompagnez votre force de vente**

**100 % des stations services avec boutique et accessoires.**

**11 450 adresses**

**NOS PRESTATIONS**

- Mise à disposition de B-Stations sous fichier Excel via une transmission par e-mail.
  - Vous exploitez la base à partir de vos ressources internes.
- Nous pouvons également vous conseiller sur les actions à mener.





## LES BASES DE DONNÉES



### CONTENU

- ◆ Données chiffrées du parc automobile VL et VUL,
- ◆ **Informations temporelles** : parc année par année et par âge des véhicules,
- ◆ **Informations économiques** : par marque, par modèle et par type mines,
- ◆ **Informations techniques** : par énergie, par puissance et par carrosserie,
- ◆ **Informations géographiques** : par région et par département. **EXCLUSIVITE SALESFACTORY !**

*La connaissance du parc automobile français est un enjeu majeur de la réparation automobile car il est vaste, très diversifié et en constante mutation :*

- Parc de plus de 36 millions de véhicules particuliers qui présente de grosses disparités départementales,
- Près de 2 millions d'immatriculations de véhicules neufs par an,
- Apparition de nouvelles carburations et de nouvelles technologies.

## PARC AUTOMOBILE

*La solution pour calculer votre stock chez votre grossiste*

### UTILISATION

Grâce à Stock\_to\_Sales :

1. Vous possédez les mêmes armes que les constructeurs, et vous vous démarquez de vos concurrents
2. Vous connaissez parfaitement la typologie du parc automobile de votre région, de vos départements,
3. Vous soutenez et aidez vos clients distributeurs à optimiser leurs stocks en étant au plus près de la demande locale,
4. Vous bénéficiez d'un outil ergonomique sur tableur Excel ou en ligne sur Internet.



**100% du parc automobile roulant français VL et VUL,**

**Plus de 36 millions de véhicules particuliers**

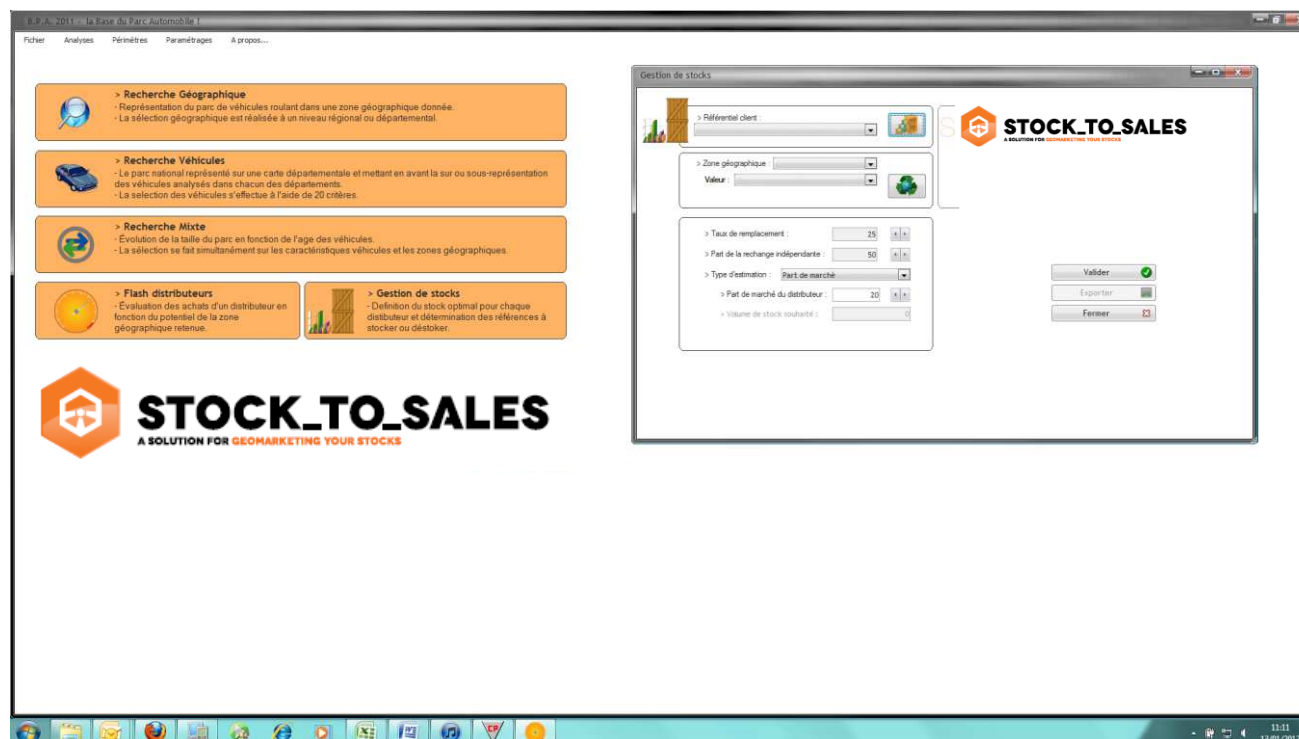
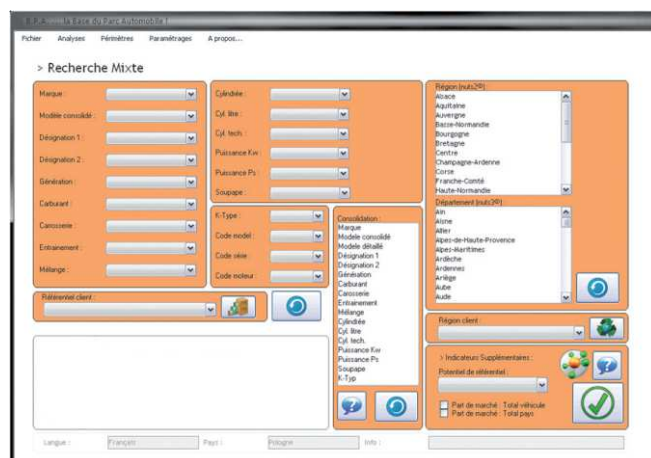
### NOS PRESTATIONS

Mise à disposition de Stock\_to\_Sales :  
• fourniture des données et du logiciel d'exploitation fonctionnant sous windows.



## LES BASES DE DONNÉES

## PARC AUTOMOBILE





## LES BASES DE DONNÉES

## PARC AUTOMOBILE



# STOCK\_TO\_SALES

A SOLUTION FOR GEOMARKETING YOUR STOCKS

## Europe



**Grande-Bretagne :**

- 32 millions de VP
- 2,5 millions de véhicules neufs par an



**Benelux:**

- près de 13 millions de VP
- 1 million de véhicules neufs par an



**Portugal :**

- plus de 4 millions de VP
- 200 000 véhicules neufs par an



**Espagne :**

- plus de 21 millions de VP
- 1,5 millions de véhicules neufs par an



**Suisse :**

- plus de 3 millions de VP
- 280 000 véhicules neufs par an



**Allemagne:**

- 41 millions de VP
- 3 millions de véhicules neufs par an



**Pologne :**

- plus de 14 millions de VP
- 300 000 véhicules neufs par an



**Autriche :**

- plus de 4 millions de VP
- 300 000 véhicules neufs par an



**Italie :**

- plus de 37 millions de VP
- 2,5 millions de véhicules neufs par an



## LES BASES DE DONNÉES

## PARC AUTOMOBILE

**BPL**La base de données *Parc Poids Lourds***CONTENU**

- Données chiffrées du parc automobile PL, Autobus et Autocars,
- Informations temporelles** : parc année par année, par âge des véhicules,
- Informations techniques** : par énergie, par puissance et par carrosserie,
- Informations économiques** : par marque et par modèle.

**UTILISATION**

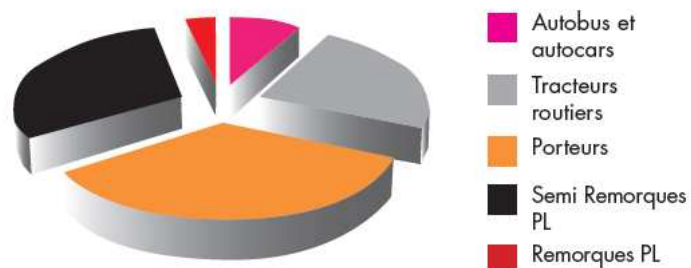
Grâce à BPL :

- Vous connaissez parfaitement le **potentiel du marché français**.

100% du parc  
automobile roulant  
PL, autobus et  
autocars

Plus d'1 million de  
véhicules

Le parc automobile français

**NOS PRESTATIONS**

Mise à disposition de BPL sous 2 formats possibles :

- fourniture des données et du logiciel d'exploitation fonctionnant sous Windows.
- fourniture des données seules pour intégration dans vos systèmes.



## LES SERVICES



## LES SERVICES

### PRISE DE RDV

La prise de RDV déléguée pour les forces de vente des équipementiers vers leurs clients distributeurs

### OBJECTIFS

- ◆ Générer une dynamique commerciale avec les grossistes pour préparer des RDV qualifiés qui seront réalisés par vos vendeurs,
- ◆ Détecter les forts potentiels grossistes sur vos produits et gammes.

### RECOMMANDATION

- ◆ Possibilité d'organisation d'un challenge pour stimuler les ventes,
- ◆ Possibilité de mailing à la cible,
- ◆ Relance téléphonique pour prise de RDV pour le commercial du secteur (ou une intention de RDV).

### BÉNÉFICES

- ◆ Gestion par Salesfactory du planning des RDV,
- ◆ Augmentation importante du nombre de RDV : de 20 à 60% de prospection réalisée en plus par la force de vente.

### LE MÉCANISME

1. Envoi d'un courrier ou d'une plaquette commerciale
2. Définition des périodes de RDV et des contraintes de planning
3. Prise de RDV qualifiés pour vos vendeurs via notre force de vente téléphonique sédentaire et notre centre d'appels.



## LES SERVICES

### PRISE DE RDV

La prise de RDV déléguée pour les forces de vente des distributeurs pour le commerce PR et services, vers leurs clients réparateurs et garages

### OBJECTIFS

- ◆ Soutenir la commercialisation de vos produits chez les MRA et agents, en accompagnant votre force de vente.

### LE MÉCANISME

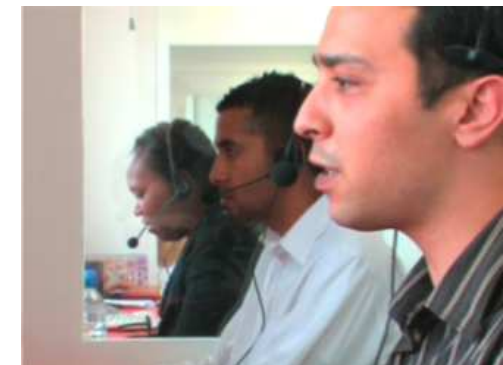
1. Nous ciblons finement les réparateurs à contacter (à partir des bases BMA).
2. Nous envoyons un courrier ou une plaquette de votre offre.
3. Nous définissons ensemble les prises de RDV et les contraintes de planning.
4. Avec notre force de vente téléphonique sédentaire, nous prenons des RDV qualifiés pour vos vendeurs.

### RECOMMANDATION

- ◆ Ciblage (à partir des bases BMA de Salesfactory) : des MRA et agents (ou autres) sur les zones de chalandise des distributeurs grossistes concernés,
- ◆ Envoi d'un mailing de présentation du produit aux MRA, agents ou autres réparateurs,
- ◆ Relance téléphonique auprès de la cible pour annoncer la disponibilité du produit chez leur distributeur grossiste et connaître leurs intentions d'achat.

### BÉNÉFICES

- ◆ Annonce de la commercialisation de votre offre (produit, gamme...) à tous les garages de la zone,
- ◆ Qualification du potentiel final et des attentes de la cible,
- ◆ Accompagnement commercial des distributeurs dans votre démarche auprès des garages,
- ◆ Plus de 40% de CA supplémentaire constaté.



## LES SERVICES

### PRISE DE RDV

La prise de RDV déléguée pour les forces de vente réseaux des distributeurs vers leurs clients garages

### OBJECTIFS

- ◆ Soutenir la commercialisation, l'animation et le développement, de votre réseau.



### LE MÉCANISME

1. Nous ciblons finement les réparateurs à contacter (à partir des bases BMA).
2. Nous envoyons un courrier ou une plaquette de votre offre.
3. Nous définissons ensemble les prises de RDV et les contraintes de planning.
4. Nous suivons le résultat des RDV importants, servant d'accélérateur pour le développement de réseaux.

### RECOMMANDATION

- ◆ Ciblage (à partir des bases BMA de Salesfactory) : des MRA et agents sur vos zones de chalandise,
- ◆ Envoi d'un mailing de présentation de votre réseau aux réparateurs sélectionnés,
- ◆ Relance téléphonique auprès de la cible pour qualifier leur situation vs leur réseau actuel ou pour connaître leurs intentions s'ils sont indépendants.

### BÉNÉFICES

- ◆ Identification rapide des garages qui souhaitent changer de panneau, ou qui souhaitent en prendre un,
- ◆ Qualification du potentiel final et des attentes des MRA et agents,
- ◆ Accompagnement commercial dans le suivi des signatures.



## LES SERVICES

### DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

Augmentez le rendement de vos promotions !

## OBJECTIFS

- Augmenter les volumes de commandes de vos prochaines actions promotionnelles,
- Aider l'acheteur de la centrale à atteindre ses objectifs,
- Aider l'acheteur et/ou le réseau qui relaie l'opération.



## ETAPES

- IDENTIFIER** le réseau de distribution, ses interlocuteurs, les leviers de prises de commandes,
- INFORMER** : obtenir un entretien avec les bons interlocuteurs et les renseigner sur les points clés de l'opération (Nom de l'opération, période, moyens mis en œuvre par l'enseigne, etc.),
- SEDUIRE** : démontrer les bénéfices de l'opération proposée, et calculer le volume ad hoc pour couvrir la période,
- CONCLURE** : prendre des commandes.

## BÉNÉFICES

- INTERVENIR** entre la décision de l'acheteur et les remontées de commandes des points de vente,
- ARGUMENTER** auprès des responsables sur les avantages du mécanisme mis en œuvre,
- DETECTER** les points de vente qui ne participeront peu ou pas à l'opération et en informer l'acheteur,
- AGIR** sur la chaîne de décision de l'enseigne ainsi que sur la force de vente.

**= Jusqu'à + 40 %\***

*\*Progression des ventes en volume d'une opération Promoboost® versus une opération sans. Résultat maximum constaté à date, la progression des ventes se situe entre 15 et 40%.*

Fiche produits cobrandée adressée aux responsables magasins ou chefs de rayon :

- Présentation de l'opération et des produits
- Préconisation de commande & bon de commande

## LES SERVICES

### FORMATIONS

## Maîtriser les principes et les techniques pour réaliser une prospection téléphonique efficace

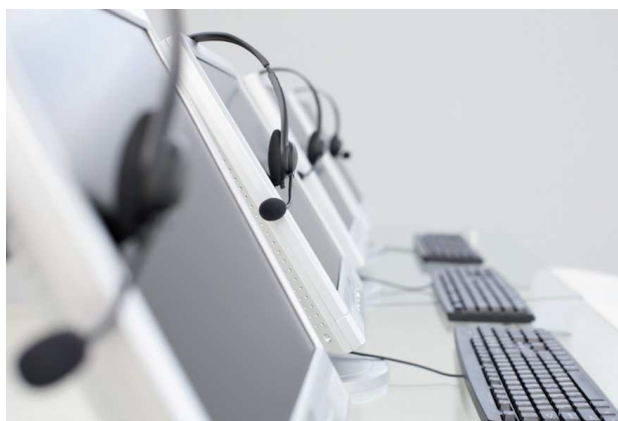
### OBJECTIFS

- ◆ Obtenir des rendez-vous utiles,
- ◆ Se préparer sereinement pour « vendre » le rendez-vous et gérer les objections,
- ◆ Construire ses outils de prospection,
- ◆ Maîtriser toutes les étapes d'une prospection réussie de la préparation au suivi et à la relance,
- ◆ Et surtout acquérir par l'entraînement les bonnes pratiques et les bons réflexes avec une mise en situation réelle.

### DUREE

- ◆ Module 1 : 1 jour
- ◆ Module 2 : 2 jours

**Formations agréées DIF**



### PUBLIC

- ◆ Commerciaux,
- ◆ Vendeurs sédentaires,
- ◆ Technico-commerciaux,
- ◆ Toute personne en contact avec les clients et prospects.



## LES SERVICES

# FORMATIONS

## Module 1

### PROGRAMME

#### ◆ La prospection commerciale (1 heure)

- Les enjeux
- Les différents outils et leur complémentarité
- La valeur ajoutée du téléphone et ses champs d'application

#### ◆ La prise de rendez-vous (3heures)

- Préparation - Le fichier - Le guide d'entretien et la réponse aux principales objections
- Techniques d'entretien - Les clefs d'une téléprospection efficace. - Franchir les barrages. - Susciter l'intérêt, importance de la phrase d'accroche. - Proposer et « verrouiller » le rdv.
- Méthodologie pour le suivi de votre prospection

#### ◆ Questions / réponses (2 heures)

#### ◆ Pratique

Mise en application concrète des techniques, comportements et outils acquis pendant la formation. Pour optimiser l'atelier il est demandé aux participants d'apporter un fichier d'appels et leurs outils de prospection.

### PUBLIC

- ◆ Commerciaux,
- ◆ Vendeurs sédentaires,
- ◆ Technico-commerciaux,
- ◆ Toute personne en contact avec les clients et prospects.



Formations agréées DIF

## LES SERVICES

# FORMATIONS

## Module 2

### PROGRAMME

#### JOUR 1 : Prospection et prise de RDV

##### ◆ La prospection commerciale (1heure)

- Les enjeux
- Les différents outils et leur complémentarité
- La valeur ajoutée du téléphone et ses champs d'application

##### ◆ La prise de rendez-vous (3heures)

- Préparation - Le fichier - Le guide d'entretien et la réponse aux principales objections
- Techniques d'entretien - Les clefs d'une téléprospection efficace. - Franchir les barrages. - Susciter l'intérêt, importance de la phrase d'accroche. - Proposer et « verrouiller » le rdv.
- Méthodologie pour le suivi de votre prospection

##### ◆ Questions / réponses (2 heures)

### PROGRAMME

#### JOUR 2 : Pratique et coaching individuel

##### ◆ Pratique et coaching individuel

Mise en application concrète des techniques, comportements et outils acquis au cours de la 1ère journée.

Pour optimiser l'atelier il est demandé aux participants d'apporter un fichier d'appels et leurs outils de prospection.

- Chaque participant travaille sur son guide d'entretien.

##### ◆ Pratique 1ère session.

##### ◆ Questions / réponses.

##### ◆ Pratique 2ème session.

##### ◆ Bilan de la formation.

### PUBLIC

- ◆ Commerciaux,
- ◆ Vendeurs sédentaires,
- ◆ Technico-commerciaux,
- ◆ Toute personne en contact avec les clients et prospects.



Formations agréées DIF

## LES SERVICES

### ETUDES

Bénéficiez de notre compétence exclusive d'observatoire sur le marché de la rechange et de la réparation automobile, tant côté rechange indépendante que constructeurs.

## METHODOLOGIE

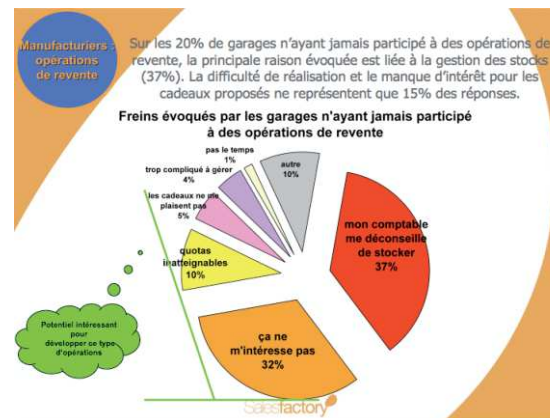
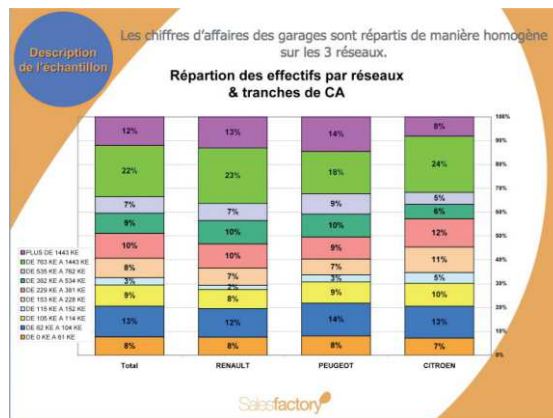
### ◆ L'étude s'articulera autour de 4 étapes :

1. Mise en place du fichier cible,
2. Réalisation du guide d'entretien et validation,
3. Réalisation des entretiens avec les responsables,
4. Analyse des résultats et synthèse.

## BENEFICES

Salesfactory réalise des études quanti et quali pour vous permettre de :

- ◆ connaître les besoins et attentes de vos clients / prospects,
- ◆ identifier les moyens les mieux adaptés pour analyser votre marché,
- ◆ déterminer les différents leviers pour augmenter votre CA.



## LES SERVICES

### LE BAROMETRE

en partenariat avec



Objectif : Suivre l'organisation et l'activité du marché de la Rechange Automobile Indépendante.

## CRITERES OBSERVES

### Le suivi de l'activité :

- l'évolution des ventes de chaque famille de produits du trimestre actuel par rapport au trimestre précédent.

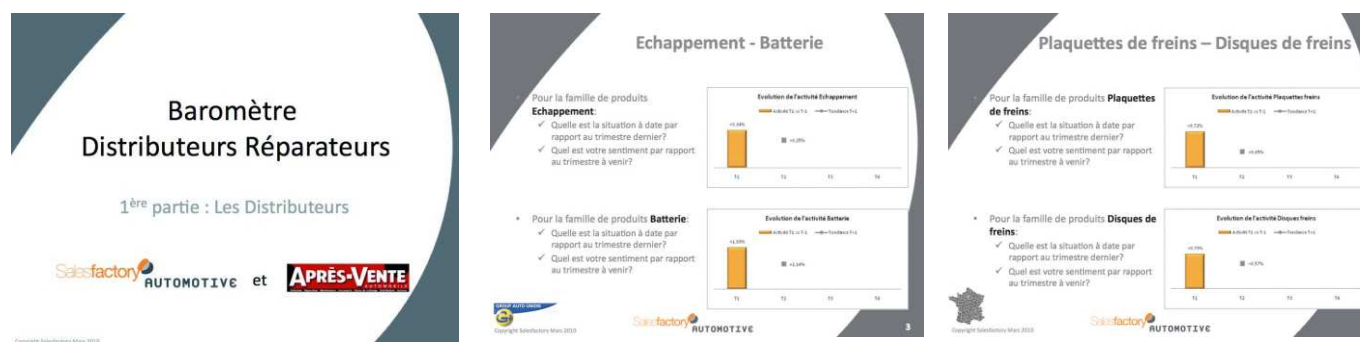
### Les prévisions à court terme :

- les tendances pour le trimestre à venir pour chaque famille de produits.

## PRODUITS

### Familles de produits étudiées :

- Alternateur/démarrateur, Amortisseur, Balai d'essuie - glace, Batterie, Bougie d'allumage, Bougie de préchauffage, Catalytique, Disque de frein, Echappement, Embrayage, Filtre à huile, Kit de frein, Lubrifiant, Plaquette de frein, Pneumatiques.



## MÉTHODOLOGIE

Afin de garantir la fiabilité des résultats, l'échantillon est composé de :

- 420 Distributeurs,
- 2 030 MRA,
- 783 Carrossiers indépendants

Pour garantir son opérationnalité, les observations sont menées **trimestriellement**

## LES SERVICES

### LE MARKETING OPERATIONNEL

#### L'expertise de Salesfactory à votre service

**Bénéficiez de l'expertise de Salesfactory pour exploiter vos bases de données. Les actions déployées peuvent être les suivantes :**

- ◆ Conquête de nouveaux clients lors d'un lancement d'un nouveau produit (voir exemple d'opération BCAR pour Akzo Nobel)
- ◆ Programme de stimulation pour fédérer vos distributeurs autour de votre marque
- ◆ Développement d'un réseau (voir exemple d'opération BMA pour Garage Prem'1er et pour Group Auto Union)
- ◆ Programme de fidélisation de vos points de vente (voir exemple d'opération BMA pour NGK)
- ◆ Offre promotionnelle auprès des garages pour soutenir vos ventes





## LES SERVICES

### LE DÉPLOIEMENT COMMERCIAL

Renforcez votre positionnement au travers d'une force de vente supplétive sur l'ensemble de vos réseaux de distribution

## PROBLEMATIQUE

- ◆ **Adapter** la pression commerciale à vos enjeux,
- ◆ **Accroître** la visibilité de votre marque auprès des enseignes et des consommateurs,
- ◆ **Etablir** des contacts pour soutenir vos ventes.



- ◆ La combinaison d'une équipe ayant **17 ans de pratique professionnelle** dans les métiers du recrutement, et de Salesfactory, une maison mère experte dans l'analyse de l'activité commerciale auprès des industriels.
- ◆ La réponse pour une **meilleure pénétration des réseaux spécialisés et de la grande distribution**.
- ◆ Le **soutien** de votre **force de vente** et la garantie d'atteindre vos objectifs.

## REPONSE

- ◆ **Souplesse** : la solution intérim vous assure une réponse adaptée à votre situation,
- ◆ **Rapidité** : vous répondre vite et bien,
- ◆ **Expertise** : l'équipe Salesfactory Intérim vous fait bénéficier de son expertise en recrutement,
- ◆ **Disponibilité** : une équipe à votre écoute de 8 heures à 20 heures,
- ◆ **Partenariat** : vous accompagner dans vos projets et améliorer notre service en permanence.

## QUELQUES CHIFFRES

C'est plus de **1500 intérimaires** à vous proposer.

C'est une force d'intervention sur les **22 régions françaises**.

C'est une équipe qui a plus de **17 ans d'expérience** dans le recrutement de commerciaux, merchandisers et animateurs.



## EXEMPLES D' ACTIONS

## EXEMPLES D'ACTION



## Garage Prem'1<sup>er</sup>, Création d'un réseau

### PROBLEMATIQUE

- Conception et développement des outils de commercialisation et de communication d'un nouveau réseau de garages.

### REPONSE

- Création du nom du réseau, identité visuelle, conception et fabrication d'un kit de communication,
- Création et gestion d'un catalogue de professionnels utilisé par les garages (distribution de tracts par exemple via l'utilisation de la base BMA).



## EXEMPLES D'ACTION



# Développement du réseau, TOP GARAGE

## PROBLEMATIQUE

- Recruter de nouveaux garages portant le panneau du réseau TOP GARAGE pour le compte des distributeurs GROUPAUTO.



1. Envoi d'un mailing aux garages  
extraits de la BDD

### Bilan :

- 7% à 13% de RDV en fonction des régions.

## REPONSE

- Ciblage des garages à partir de la base exclusive BMA qui recense l'ensemble des garages,
- Envoi d'un mailing de présentation de l'enseigne et de ses principaux atouts,
- Soutien commercial de l'action des vendeurs, avec prise de RDV par téléphone, auprès des garages en phase de réflexion quant au renouvellement ou à la prise d'un panneau de garage.



2. Soutien commercial par  
téléphone avec prise de RDV



3. De nouveaux garages arborent  
le panneau Top Garage.

## EXEMPLES D'ACTION



# Lancement du vernis à l'eau, Akzo Nobel

## PROBLEMATIQUE

- ◆ Soutenir le lancement du vernis à l'eau Akzo,
- ◆ Utiliser le nouveau produit comme levier pour conquérir de nouveaux clients carrossiers.



1er mailing teasing avec  
envoi d'un pistolet à eau

2ème mailing pour  
présenter la nouveauté  
attendue : le vernis  
hydrodiluable

## REPONSE

- ◆ Sourcing de fichiers carrossiers (BCAR), envoi d'un mailing teasing + révélation du lancement du produit, qualification de la BDD et **gestion des tournées commerciales des vendeurs des distributeurs.**



## BILAN

- ◆ **1834 ateliers de carrosseries** ont été qualifiés sur les zones géographiques des distributeurs Akzo concernés par l'opération
- ◆ Sur les 1834 ateliers, 2 coupons réponses ont été renvoyés
  - Comme prévu dans son dispositif, Salesfactory a relancé les 1834 ateliers de carrosseries au téléphone et a obtenu **232 RDV** pour la force de vente.
  - Le mailing dans ce cas est davantage un support pour le terrain téléphonique qu'un outil pouvant assurer seul un taux de participation élevé.



## EXEMPLES D'ACTION

# EQUIP AUTO **automechanika** Equip Auto et Automechanika, recrutement de visiteurs

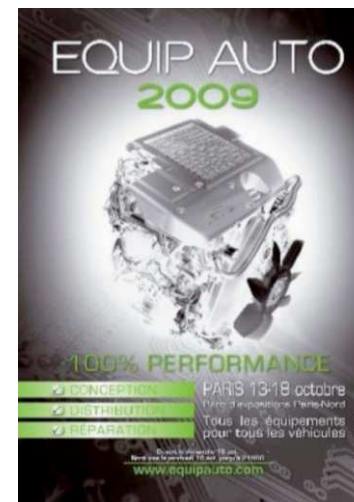
## PROBLEMATIQUE

- Recrutement des visiteurs cibles



## REPONSE

- Mise à disposition de BDD MRA, agents, stations services, concessionnaires, centres contrôle technique...



## EXEMPLES D'ACTION



# Programme de fidélisation, NGK en circuit long

## PROBLEMATIQUE

- Fédérer les garages autour de NGK via un programme de fidélisation permettant de mesurer les volumes commandés.

## REPONSE

- Mise en place d'un **programme de fidélisation** auprès des garages recensés dans BMA. Ce programme s'appuie sur la gestion des remontées de boîtes et suivi de points cadeau sur le web.



Dossier de lancement


Page d'accueil  
Site Internet


Urne collecteur

## EXEMPLES D'ACTION

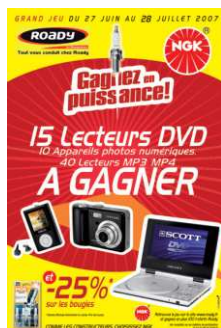
**NGK NTK**  
SPARK PLUGS TECHNICAL CERAMICS  
NGK SPARK PLUGS (FRANCE) S.A.S.



# Programme d'animation, NGK en circuit court chez Roady

## PROBLEMATIQUE

- Mise en avant et développement des ventes de blisters NGK au sein des magasins ROADY.



Affiches



Bulletins de participation



Urne – Totem

## REPONSE

- Avantage consommateurs : 25% de remise + jeu concours; forte visibilité en magasin & soutien commercial via vente à distance aux magasins.



### PROMOBOOST:

envoi d'une plaquette au responsable du magasin avec préconisation de commande + relance téléphonique pour la prise des commandes.

## EXEMPLES D'ACTION



# Opération Bosch Car Service, soutien aux équipes terrain Bosch

## PROBLEMATIQUE

- ◆ Animer le réseau BCS,
- ◆ S'assurer de la mise en œuvre du dispositif promotionnel de l'enseigne,
- ◆ Faire le lien entre les 450 BCS et la tête du réseau,
- ◆ Mesure de l'activité commerciale.



## REPONSE

- ◆ Construction des **plans de tournées** pour une meilleure maîtrise des coûts,
- ◆ **Recrutement, formation et supervision** d'une équipe merchandising,
- ◆ Le **support logistique** (stockage et livraison des outils promotionnels),
- ◆ Un **reporting mensuel** : consolidation et analyse des informations récoltées.



## EXEMPLES D'ACTION



**Fulmen chez L'auto Leclerc,**  
action promotionnelle en GMS



## PROBLEMATIQUE

- Redonner du poids aux marques nationales, dans un univers très concurrentiel et sensible au prix,
- Créer du trafic.



## REPONSE

- Une opération promotionnelle sur la batterie haut de gamme Fulmen, avec -30% de réduction immédiate en caisse.





## LES TARIFS

**LES TARIFS 2013****BASES DE DONNÉES****CONTRAT 1 AN, DONNÉES 1 PAYS**

BDD Achat	UNITE	EXCEL	ON LINE	
	1 Département ou 1 famille de produits		Droit d'accès	Abonnement annuel
BMA	1 350 €	31 950 €	9 900 €	25 200 €
BCAR Ets spécialisés	350 €	4 450 €	1 420 €	3 580 €
BCAR Intégrale	1 180 €	16 950 €	5 400 €	13 680 €
BConces	200 €	5 950 €	950 €	5 600 €
BVO Ets spécialisés		2 950 €	450 €	2 660 €
BVO Intégrale		25 560 €	7 800 €	21 200 €
BMoto		7 850 €		
BDIS		2 990 €		
BCT		7 250 €		
B-Accastillage		2 250 €		
B-Motoculture		4 150 €		
B-Stations		15 950 €		
Stock_to_Sales	1 150 €	20 950 €		
BPL		14 000 €		
BDD location (nombre contacts)	Unité	De 2000 à 5000 adresses	De 5000 à 20 000 adresses	Plus de 20 000 adresses
Toutes bases (hors Stock_to_Sales & BPL)	1,61 €	1,43€	1,11 €	0,82 €

Tarifs HT, pour l'achat de plusieurs bases et/ou plusieurs pays : nous consulter



## LES TARIFS 2013

## BASES DE DONNÉES

## CONTRAT 3 ANS, DONNÉES 1 PAYS

BDD Achat	UNITE	EXCEL 3 ans			ON LINE 3 ans					
	1 Département ou 1 famille de produits	1 <sup>ère</sup> année	2 <sup>e</sup> année	3 <sup>e</sup> année	Droit d'accès			Abonnement annuel		
					1 <sup>ère</sup> année	2 <sup>e</sup> année	3 <sup>e</sup> année	1 <sup>ère</sup> année	2 <sup>e</sup> année	3 <sup>e</sup> année
BMA	1 350 €	27 000 €	17 000 €	12 000 €	9 900 €	0 €	0 €	24 000 €	16 000 €	13 500 €
BCAR ets spécialisés	350 €	3 800 €	3 000 €	2 500 €	1 420 €	0 €	0 €	3 400 €	3 200 €	2 800 €
BCAR Intégrale		15 500 €	13 000 €	10 000 €	5 400 €	0 €	0 €	12 800 €	11 800 €	10 800 €
BConces	200 €	5 300 €	4 600 €	3 800 €	950 €	0 €	0 €	5 200 €	4 800 €	3 500 €
BVO ets spécialisés		2 950 €	2 950 €	2 950 €	450 €	0 €	0 €	2 660 €	2 660 €	2 660 €
BVO Intégrale		21 500 €	14 800 €	11 200 €	7 800 €	0 €	0 €	20 200 €	13 500 €	10 900 €
Bmoto		6 850 €	4 950 €	4 150 €	-	-				
BDIS		2 990 €	2 990 €	2 990 €						
B-Accastillage		2 250 €	1 950 €	1 450 €						
B-Motoculture		3 950 €	3 400 €	3 150 €						
B-Stations		14 850 €	12 950 €	11 850 €						
Stock_to_Sales	1 150 €	19 000 €	17 500 €	15 000 €						
BPL		13 000 €	11 000 €	8 500 €						
BDD location (nombre contacts)	Unité	De 2 000 à 5 000 adresses			De 5 000 à 20 000 adresses			Plus de 20 000 adresses		
Toutes bases (hors Stock_to_Sales & BPL) 1,61 €		1,43 €			1,11 €			0,82 €		

Tarifs HT, dégressifs pour l'achat de plusieurs bases et/ou plusieurs pays : nous consulter

**LES TARIFS 2013****OPÉRATIONS CENTRE D'APPELS**

Tarifs HT

Toutes opérations		
Mise en place de l'opération	forfait	1 000 €
Supervision	1 jour / 10 jours terrain	600 €/jour

Types d'opération	Objectif client EA / jour	Prix 1 jour de terrain téléphone			
		de 0 à 499	de 500 à 999	de 1 000 à 2999	plus de 3 000
Qualification de fichiers	40	350 €	340 €	320 €	300 €
Enquête satisfaction /fidélisation	35	350 €	340 €	320 €	300 €
Prospection /détection de besoins	30	350 €	340 €	320 €	300 €
Accompagnement commercial	20	380 €	370 €	350 €	330 €
Prise de RV	20	380 €	370 €	350 €	330 €
Vente	15	400 €	390 €	370 €	350 €
Etude de positionnement	8	400 €	390 €	370 €	350 €



## LES TARIFS 2013

## FORMATIONS

Tarifs HT

### Téléprospection et prise de RDV

Module 1 journée	Par participant	550 €
------------------	-----------------	-------

Module 2 journées	Par participant	990 €
-------------------	-----------------	-------

Minimum de 3 participants par session

Formations agréées DIF





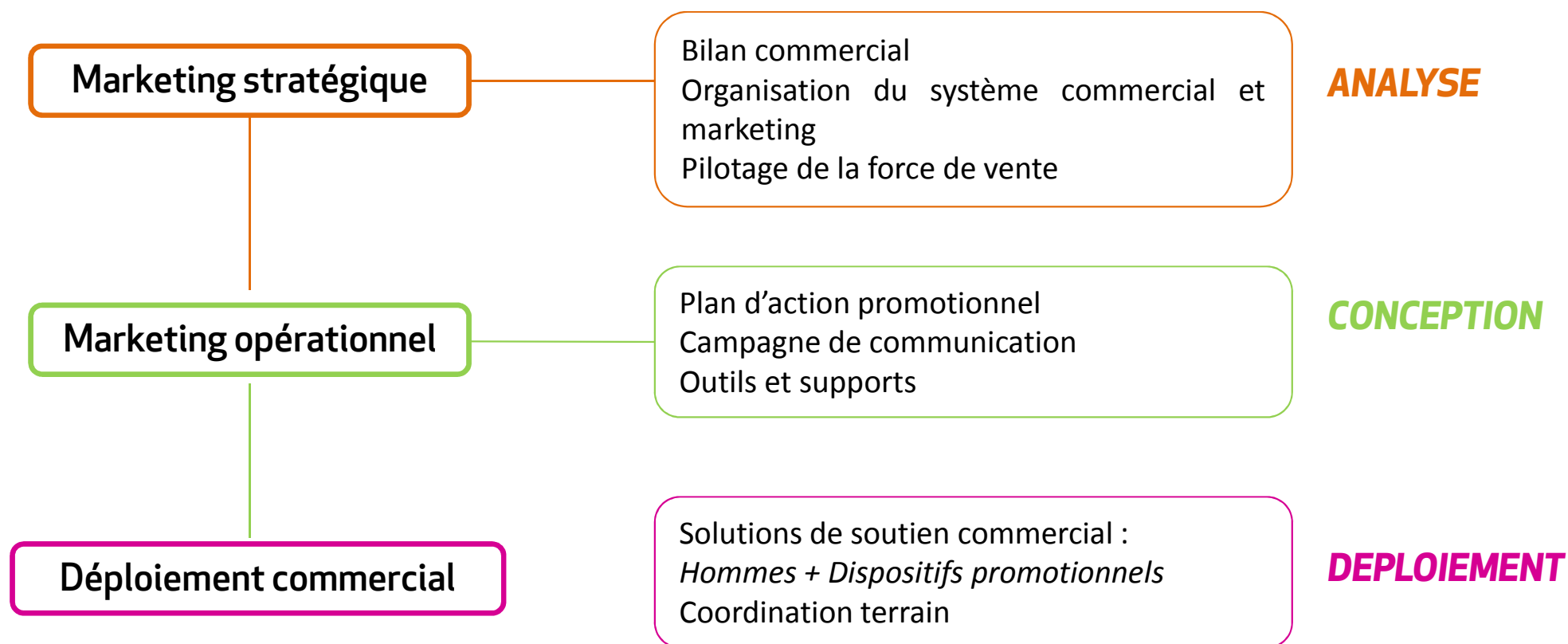
## NOS RÉFÉRENCES



## SALESFACTORY

### Une plateforme de services spécialisée Marketing-Ventes

L'agence peut être sollicitée pour une intervention globale, ou pour une expertise spécifique :







Maîtriser chaque étape de la  
fabrication d'une vente,  
**c'est créer de la valeur**



9 - 11 rue Pagès – 92150 Suresnes

[www.salesfactory-automotive.fr](http://www.salesfactory-automotive.fr)

Renan Bullier

LD : 01 41 38 81 92

Fax : 01 42 04 55 54

Email : [renan.bullier@salesfactory.fr](mailto:renan.bullier@salesfactory.fr)