

**Jean-Marc GANDY – Novasun**

# Thèmes de conférences

(à titre indicatif)



**CE QUI FAIT NOTRE DIFFÉRENCE...**

- Des "formats" courts et dynamisants.
- Des angles d'attaque souvent innovants.
- Une orientation résolument "solutions pratiques".

**(33) 04 50 66 02 16 et (33) 06 74 86 37 83**

**[jmgandy@novasun.fr](mailto:jmgandy@novasun.fr)**

**[www.novasun.fr](http://www.novasun.fr)**

# Des animations de 20 minutes à 2 heures



## En tant que conférencier-animateur je m'engage sur les 4 points suivants :

- ▶ **Créer une ambiance dynamisante et conviviale. Pas question pour autant de faire du "grand cinéma" : je privilégie la simplicité et le naturel !**
- ▶ **Développer des angles d'attaque innovants sur les sujets abordés. Une petite dose d'anticonformisme permet de mieux faire passer les messages importants.**
- ▶ **Faire en sorte que chaque participant se dise "Super, je n'ai pas perdu mon temps. Je repars avec des solutions pratiques à mettre en application".**
- ▶ **Pratiquer des tarifs raisonnables. La valeur d'un animateur se mesure-t-elle vraiment à l'importance du montant inscrit en bas de sa facture ?**

**Jean-Marc GANDY (\*)**

(\*) Je suis également auteur de 8 ouvrages pratiques parus chez AFNOR Editions, disponibles dans toutes les librairies francophones et sites de vente en ligne tels qu'Amazon.

# J'abandonne mes bonnes vieilles "techniques de vente !"

Développer l'art de créer un vrai climat de confiance pour être plus efficace...



## ► Le contexte :

- Les clients n'admettent plus les traditionnels "discours commerciaux", les tentatives de manipulation, le manque de réelle écoute...
- Faute de l'avoir compris, nombre de vendeurs (et d'entreprises !) sont désemparés face aux réactions de la clientèle.

## ► Les sujets abordés :

- Mieux comprendre les nouvelles attentes des clients vis-à-vis des commerciaux et des vendeurs. Avec présentation de l'enquête menée par l'animateur (quelques résultats surprenants !)
- Maîtriser l'art difficile de vendre sans être perçu comme un "commercial". Découvrir quelques-uns des "secrets" des vendeurs les plus efficaces et les plus appréciés par leurs clients.

# Miser gagnant sur le grand retour de la qualité !

Se démarquer clairement de la concurrence...



## ► Le contexte :

Marketing augmenté, Marketing Automation... La "science marketing" nous inonde sans cesse de nouveaux concepts pour nous aider à capter le client mais ignore superbement les vraies attentes du marché.

## ► Les sujets abordés :

- Et si l'écart entre les promesses du Marketing et la réalité vécue par le client n'avait jamais historiquement été aussi grand ?
- Quel que soit son secteur d'activité, les prix et tarifs sont-ils vraiment des obstacles ?
- Ce que montrent les études de fond et les enquêtes de terrain. Pourquoi la qualité, la fiabilité et la durabilité sont-elles des valeurs d'avenir que l'on ne peut continuer à ignorer.
- Bâtir un plan d'action qui s'appuie sur une offre de produits et de services orientée "Qualité".

# Point de salut sans mon Plan d'Action Commerciale !

Même avec Internet rien ne se vend tout seul...



## ► Le contexte :

Il n'y a pas de secret : les entreprises qui s'en sortent le mieux sont celles qui ont élaboré un véritable plan de bataille. Ce plan de bataille, c'est le Plan d'Action Commerciale. Dans les entreprises traditionnelles, l'importance de la fonction commerciale est trop souvent sous évaluée. Et dans les entreprises "orientées Web", on découvre de plus en plus clairement qu'Internet ne fait pas tout.

## ► Les sujets abordés :

- Le Plan d'Action Commerciale, une approche réellement novatrice dans sa simplicité. Mais qu'est-ce qu'un plan d'action commerciale ? Comment le bâtir ? Quelles sont les méthodes, quels sont les outils et les supports à utiliser ?
- S'organiser pour que le Plan d'Action Commerciale soit mis en œuvre avec efficacité dans un contexte général de budget resserré, de manque de temps et de moyens humains disponibles.

# Fiabiliser nos études de marché et nos enquêtes de satisfaction

Lorsque 80 % des études et enquêtes  
ne servent à rien (ou presque) !



## ► Le contexte :

Pertes de temps mais surtout prise de mauvaises décisions... C'est le constat alarmant que l'on peut faire quand on observe les conclusions de la plupart des études de marché et des enquêtes de satisfaction traditionnelles. Mais, le constater ne suffit pas : encore faut-il identifier les causes de ces échecs. Puis un changement complet de méthodologie sera indispensable.

## ► Les sujets abordés :

### Volet 1 : fiabiliser nos études de marché :

- Comprendre pourquoi les approches "quantitatives" le plus souvent enseignées dans les formations de marketing puis appliquées sur le terrain ne permettent pas d'anticiper les vraies réactions des clients.
- Maitriser des techniques non statistiques mais efficaces pour ne plus confondre un besoin potentiel du marché avec une demande réelle.

### Volet 2 : fiabiliser nos enquêtes de satisfaction :

- Identifier pourquoi nombre d'enquêtes de satisfaction se transforment-elles en "enquêtes d'autosatisfaction", inutiles et dangereuses.
- Construire ses enquêtes différemment pour amener le client à exprimer le fond de sa pensée, pour l'amener à sortir du champ des réponses édulcorées.

# Recruter, motiver et gérer sa "force de vente"

Faire coexister des statuts salariés,  
agents commerciaux, apporteurs d'affaires...



## ► Le contexte :

La mise en place ou le développement de la force de vente est un sujet particulièrement complexe pour tout responsable commercial. D'autant plus que nous sommes confrontés à une pénurie de commerciaux et de vendeurs motivés.

## ► Les sujets abordés :

- Force de vente interne ou externalisation : les statuts indépendants (apporteur d'affaires, agent commerciaux, prestataires en force de vente supplétive...) peuvent constituer une alternative intéressante, partielle ou totale, aux embauches classiques.
- Attirer les "bon profils" salariés ou indépendants.
- Motiver, rémunérer ses commerciaux et vendeurs. Petit tour d'horizon des solutions originales adoptées avec succès par des entreprises de tout secteur et de toute taille.

# L'agent commercial, une vraie solution pour votre entreprise ?

Lorsque souplesse, coût maîtrisé et efficacité sont au rendez-vous...



## ► Le contexte :

Certaines PME n'ont pas encore les moyens de recruter et de gérer des commerciaux salariés. Il en est souvent de même pour les entreprises qui souhaitent s'implanter sur des régions éloignées sans disposer d'une infrastructure (locaux, responsable) sur place.

## ► Les sujets abordés :

- Dépasser les idées reçues sur le statut d'agent commercial (exemples : "c'est un mercenaire", "le fonctionnement est compliqué", etc.)
- Découvrir comment de nombreuses entreprises, de la TPE au grand groupe, travaillent très efficacement avec des agents commerciaux.
- Rechercher les profils d'agent commerciaux les plus adaptés à son activité.



# Je motive, tu motives, il motive...

Redonnons l'envie à nos collaborateurs  
de se lever le matin !



## ► Le contexte :

Démobilisation des équipes, programme minimum, taux d'absentéisme qui s'envole : les temps sont durs pour les "ressources humaines". Et si nous accordions un peu trop d'importance aux débats actuels sur les générations "extra-terrestres" Y et Z ou aux débats sur l'entreprise "libérée" ?

## ► Les sujets abordés :

- Les entreprises qui gagneront demain seront celles où les collaborateurs seront plus motivés et plus impliqués que les collaborateurs des entreprises concurrentes. Tout responsable d'équipe doit donc apprendre à devenir un "fabricant de motivation".
- Au-delà des modes et des tendances, comment fabriquer une motivation et une implication durable de chacun au sein de l'équipe. Les 7 approches comportementales personnelles à développer pour manager efficacement.

# Au secours, je n'ai plus le temps de bosser !

Simplifier le fonctionnement de son équipe pour redonner à chacun le temps et le goût d'accomplir son vrai travail



## ► Le contexte :

La bureaucratie 2.0 gagne partout du terrain. Les collaborateurs ont de plus en plus souvent l'impression pénible de ne plus arriver à effectuer leur travail de base et les missions pour lesquelles ils ont été recrutés.

Différentes études confirment cette menace : en moyenne nous passons aujourd'hui plus de 40 % de notre temps à des tâches secondaires peu ou pas productives. Et cela ne fait qu'empirer, entraînant aussi des baisses individuelles et collectives de motivation.

## ► Les sujets abordés :

- Identifier clairement les sources majeures de "pertes de temps" : excès d'exigences en matière de reporting informatisé, complexité exagérée de certains logiciels et lenteurs informatiques, systèmes de management qualité "usine à gaz", réunionite (encore et toujours), directions trop éloignées du "terrain" et de la "vraie vie", soumission aux dernières "modes managériales" sans prise de recul, etc.
- Développer une approche structurée, cohérente et pragmatique pour simplifier de manière drastique les process et libérer du temps réellement utile à chaque collaborateur. Redonner du sens au travail quotidien.

# Trouver et conserver mon job !

## Ce qu'attendent aujourd'hui les employeurs...



### ► Le contexte :

- Trouver ou retrouver un "bon job" relèverait-il de l'exploit tant l'offre paraît limitée et la concurrence rude ? Grâce à une démarche commerciale personnelle bien construite, de multiples portes s'ouvrent. Mais encore faut-il tenir compte des nouvelles habitudes des recruteurs...
- Attention ! Franchir victorieusement l'épreuve du recrutement est bien loin de suffire. En témoignent le nombre croissant de ruptures de périodes d'essai qui mettent fin prématurément au contrat de travail. Rarement l'écart entre les attentes des employeurs et les attitudes des salariés n'aura été aussi important !

### ► Les sujets abordés :

- Les recruteurs ont des attentes que l'on n'imagine pas forcément : résultats de l'enquête menée par l'animateur auprès de 200 employeurs. De l'importance grandissante des "soft skills" (le comportemental) au travail !
- Chercher un emploi en sachant réellement sortir du lot. Réussir sa période d'essai.
- Développer toutes les bonnes habitudes pour éviter de tomber dans la routine et de se retrouver sur la liste des postes à supprimer.

# Wanted ! 200 000 commerciaux et vendeurs...

## Une entreprise sur deux en panne de candidats !



### ► Le contexte :

"Entreprises recherchent commerciaux désespérément"... Les médias se font régulièrement l'écho d'une situation qui pourrait paraître dramatique pour l'économie française. Alors exagération ou bien réalité ? Et si les métiers de la vente offraient les opportunités professionnelles les plus évolutives du marché de l'emploi ?

### ► Les sujets abordés :

- De nombreux postes commerciaux non pourvus chaque année. Des entreprises freinent leur développement en raison de la pénurie de candidats motivés.
- La vente, un tremplin pour grimper rapidement dans la hiérarchie ?
- Savoir trier entre les propositions intéressantes de postes et celles qui sont à fuir.
- Convaincre un employeur potentiel.
- Faut-il envisager aussi le statut indépendant d'agent commercial ?
- Quelques règles pour bien gérer sa carrière commerciale.

# J'ose l'ISO 9001 simple et efficace !

Développer un Système de Management de la Qualité apprécié des clients et des collaborateurs...



## ► Le contexte :

De plus en plus d'entreprises sont confrontées à la question de la certification selon la norme ISO 9001:2015. Cette norme suscite beaucoup de craintes et d'idées reçues. On la perçoit encore trop souvent comme synonyme de "procédures complexes et démotivantes", de "coût dont on se serait bien passé" et, plus terrible encore, de "système inefficace où l'on se contente de faire plaisir à l'auditeur le jour de l'audit de certification"...

Il est hélas vrai que certaines entreprises, pourtant certifiées, n'appliquent pas suffisamment les grands principes de la norme, allant même jusqu'à créer un système "usine à gaz" peu efficace et peu motivant pour les collaborateurs.

Une autre voie est indispensable, alliant efficacité et simplicité.

## ► Les sujets abordés :

- Comprendre l'esprit de la norme ISO 9001 dans sa version 2015.
- De l'efficacité vers l'efficience ?
- Eviter les erreurs dans lesquelles tombent la plupart des entreprises certifiées ou visant une certification.
- Vaincre les idées reçues sur l'ISO 9001. Impliquer l'ensemble de ses collaborateurs ou collègues.
- Déployer une démarche simple et performante. S'approprier le fonctionnement du Système de Management de la Qualité en s'appuyant sur l'approche "processus".
- Entretenir l'esprit d'amélioration continue : le vrai défi et les solutions.

# Ouvrages publiés par Jean-Marc Gandy



*D'autres titres sont en cours de préparation*