

CAHIER PRACTIQUE

Technologie

L'intranet, un outil de travail pour vos vendeurs nomades

Vos commerciaux nomades peuvent conserver un lien avec l'entreprise grâce à un intranet, devenu un véritable outil de travail. Voici un éventail de ce que vous pouvez y faire figurer.

Bouygues Telecom dispose d'un site web interne permettant à l'ensemble de son personnel d'avoir accès aux informations de l'entreprise. Mais l'opérateur ne se contente pas de cet outil "généraliste" puisque, au total, ses salariés ont accès à près de 500 intranets ! En réalité, chaque service, chaque entité, chaque filiale du groupe possède son propre réseau en ligne. Si toutes les sociétés françaises ne sont pas aussi avancées sur la question, beaucoup ont mis en place de tels réseaux. De simple moyen

de communication, l'intranet est devenu un véritable outil de travail, notamment pour les commerciaux nomades. «*Nous sommes passés d'un réseau qui délivrait de l'information très corporatée vers l'ensemble des salariés à un outil indispensable au travail des collaborateurs des grandes entreprises, souvent dispersés sur plusieurs sites géographiques*», explique Guillaume Guénégo, consultant RH à la Cegos et responsable du prix Intranet (orchestré avec *Les Échos*, il récompense chaque année le meilleur site interne professionnel).

Toutefois, l'intranet, malgré son évolution, reste avant tout un outil de communication, surtout pour votre force de vente terrain.

Vie de l'entreprise

«*Des commerciaux nomades peuvent très bien ne passer au siège de l'entreprise qu'une fois par mois. L'intranet leur permet de garder le contact et de ne pas être en marge de la vie interne du siège*», confirme Caroline Peyrat, consultante au sein du cabinet Cosmabay Vectis. Le minimum que l'on doit trouver sur un intranet, ce sont donc des informations corporate : orientation future de la société, achat de tel concurrent, départ ou arrivée de salariés, évolution d'un service... «*Il est préférable de mettre ces informations sur l'intranet plutôt que d'envoyer une newsletter qui sera perdue dans le flot des spams*», assure Guillaume Guénégo. Mais vous pouvez aussi y faire figurer des infor-



«L'intranet permet de garder le contact.»

Caroline Peyrat, consultante au sein du cabinet Cosmabay Vectis

mations plus ciblées pour votre équipe de vente, comme un lien pour accéder aux photos de la dernière convention de commerciaux ou des informations sur les challenges en cours et à venir. L'intranet peut aussi devenir un canal de gestion des ressources humaines. Le commercial peut ainsi, à distance, accéder à ses relevés de compteurs RTT et congés payés, poser des jours ou remplir ses notes de frais. Mais, au-delà de ces fonctions "basiques", votre intranet doit être un véritable outil de travail pour vos équipes. >>>

Le groupe Bouygues Telecom possède près de 500 sites intranet. L'un d'eux se nomme IntraBizness.





Calendrier, contacts clients, propositions commerciales... Tout cela peut y figurer. Pour qu'un commercial en tournée puisse y accéder depuis son PC portable. Mais si consulter des fiches clients à distance est essentiel pour les commerciaux, il est inutile, voire dangereux, de dupliquer les informations contenues dans l'application CRM. Autant éviter un risque d'erreur et de doublon. L'idéal est donc de leur permettre d'accéder à l'application via l'intranet. Celui-ci ne devenant qu'une simple porte d'entrée.

Une plus grande interactivité

L'intranet s'inscrit aussi de plus en plus dans une logique d'échanges. Il peut être utilisé par les commerciaux pour leur reporting quotidien, rendant chaque information immédiatement disponible en ligne pour sa hiérarchie. Le responsable peut ainsi voir à tout moment où en est son commercial dans l'évolution de sa mission. Ce dernier peut aussi, grâce à ce réseau, se situer par rapport à ses collègues avec la publication de tableaux de bord récapitulants ses résultats et ceux de toute l'équipe.

Pour pousser plus loin le principe de l'échange d'informations, vous pouvez aussi créer un espace consacré aux "best practices", à l'image de ce qu'a entrepris Devoteam en 2004. Alors que la SSII souhaitait faire prendre conscience aux commerciaux qu'il était possi-

ble de vendre plus cher l'offre de conseil de la société, la direction commerciale a eu l'idée d'identifier les bonnes pratiques de certains vendeurs en la matière et de les mettre en ligne. Ces expériences ont ainsi été publiées sur un blog de l'intranet. «*L'opération a si bien marché que, désormais, l'espace est considéré comme un outil d'auto-formation pour les juniors et un moyen de se rafraîchir la mémoire pour les seniors*», confie Christelle Chappaz, DRH chez Devoteam. Vous pouvez aussi faire figurer une "foire aux questions" les plus fréquemment posées par les clients, en y apportant des



«L'intranet est un outil d'auto-formation pour les juniors.»

Christelle Chappaz,
DRH chez Devoteam

réponses qui peuvent être très utiles aux commerciaux confrontés à ces problématiques sur le terrain.

Enfin, l'intranet est un outil formidable pour la formation des commerciaux. Accessible à distance, il s'inscrit dans une logique d'e-learning. À la fois sur une connaissance produits avec la mise en ligne de fiches, et aussi sur les techniques de vente. «*Au sein de Devoteam, les commerciaux peuvent ainsi retrouver tous les supports écrits des conférences suivies, explique Christelle Chappaz. C'est un bon moyen pour retravailler l'information.*

Laurent Bailliard

Le témoignage de

Patrice Thiry, fondateur et p-dg de Prowebce, éditeur de logiciels professionnels

« L'intranet sécurise l'échange d'informations »



Avant la mise en place de l'intranet de Prowebce, il y a un an, toutes les informations dont pouvait avoir besoin un commercial se trouvaient sur son PC. Se posait alors le problème des différentes mises à jour produits et l'actualisation des informations clients. Il fallait s'assurer que les anciennes versions étaient bel et bien remplacées par les nouvelles. «*Aujourd'hui, avec l'intranet, le commercial sait qu'il dispose d'informations actualisées, explique Patrice Thiry, p-dg de Prowebce. Il n'y a plus de risque d'erreur.*» De plus, chaque commercial a accès à des informations personnelles, comme des alertes calendrier ou des tableaux de bord, mais aussi à des informations visibles par l'ensemble de l'équipe de vente. Ainsi, il peut lire l'édition, quotidienne ou hebdomadaire, du directeur commercial ou des témoignages clients. Patrice Thiry dispose lui aussi d'une tribune où, une fois par mois, il annonce comment certaines directives de l'entreprise peuvent impacter les commerciaux. «*Côté outil, le commercial trouve tout ce qui est indispensable à son travail: fiches clients, fiches produits, propositions commerciales...*», ajoute Patrice Thiry. Sans oublier le calendrier des événements de l'entreprise afin qu'il soit au courant et puisse convier ses clients via un mailing qu'il n'a plus qu'à personnaliser avec les coordonnées de ses invités.