

Un audit commercial comme on fait un audit des comptes ? Je souhaite analyser la qualité de mon organisation commerciale ? Quelles sont mes forces et mes faiblesses sur le plan commercial ? Comment évaluer l'activité de mes commerciaux ? Mon organisation commerciale est-elle toujours adaptée ? Ce sont des exemples de questions que tout chef d'entreprise doit se poser régulièrement dans un monde mouvant.

Pour auditer votre structure commerciale il convient de s'interroger sur :

1. L'environnement

Connaître son marché et ses clients est un préalable.

- Votre marché
- Vos clients

2. Votre stratégie

La stratégie commerciale doit toujours faire référence à un objectif précis à atteindre dans un délai établi.

3. Votre organisation commerciale

- Les outils commerciaux. Les outils de vente y compris les tarifs, doivent respecter un certain nombre de conditions : être cohérents (même logos, adresse à jour, typo identique...) et ils doivent être simples et compris de tous.
- Le mode de commercialisation
- La gestion de l'information commerciale. Il s'agit de recenser les renseignements nécessaires sur chaque client et chaque prospect et de faciliter le partage, au niveau de la société, des informations remontées du « terrain » par les commerciaux.

4. Le management de l'équipe commerciale

Lorsqu'il existe une équipe de commerciaux, il convient d'apporter un soin tout particulier à son management. En effet un vendeur moyen mal managé risque de devenir rapidement mauvais.

- L'évaluation des commerciaux
- Un management commercial adapté.

Il peut également être très utile de demander leur avis à :

- **Ses clients** grâce à une Etude de Satisfaction Clientèle. Il s'agit de mesurer le niveau de satisfaction des clients et détecter leurs attentes.
Ce type d'étude met en lumière les convergences et les divergences, entre les analyses en interne et sur le terrain. Elle indique les forces sur lesquelles l'entreprise doit capitaliser, les corrections à apporter ainsi que les développements, économiquement réalistes, à mettre en place.
- **Ses commerciaux.** C'est ce que nous faisons avec notre Système de Perfectionnement de l'Organisation Commerciale (SPOC) Il s'agit alors de connaître de façon objective, précise et claire l'analyse que votre force commerciale a de l'organisation commerciale qu'elle pratique au quotidien. Ce type d'audit permet de définir et hiérarchiser les actions nécessaires pour améliorer l'organisation et accroître l'efficacité de l'équipe commerciale.
Ce système d'analyse porte sur les 4 fondamentaux de toute organisation commerciale : stratégie, organisation et moyens, management et communication, implication et relations interpersonnelles.