

Le guide complet

à la planification des ventes

Lisez la suite pour des
informations précieuses →

Bienvenue sur le site du Guide complet à la planification des ventes

Dans le secteur de la vente, deux termes clés sont aussi étroitement liés que “brique et mortier” ou “cause et effet”. Et il n’y a rien d’aléatoire dans ces exemples de jumelage, non plus.

La planification du territoire et l’allocation des quotas font partie des fondements mêmes des stratégies et des comportements de vente. Par conséquent, il est important de comprendre ce qu’elles sont, à la fois en tant que concepts distincts et en tant qu’éléments d’une stratégie de vente. l’unisson est vital. À partir de là, il est possible d’apprécier ce qu’une planification des ventes plus intelligente peut apporter à votre entreprise et pourquoi une solution logicielle sur mesure peut éliminer ces points douloureux, tels que les erreurs répétées de feuilles de calcul et les territoires déséquilibrés qui entraînent la méfiance. au sein de votre équipe de vente.

Ce guide couvre bien plus que les bases de la planification des territoires et des quotas ; non seulement nous récapitulons et disons adieu à la pléthore de problèmes liés à une stratégie insuffisante, mais il ouvre la voie à la multitude de bénéfices et d’avantages qu’une solution de planification plus intelligente peut offrir.



Principaux points à retenir

- Surmonter les difficultés de croissance.
- Identifier et éliminer les points douloureux de la planification des ventes.
- Découvrez les avantages d’une solution de planification plus intelligente.



Qu'y a-t-il à l'intérieur À l'intérieur ?

- 4 Qu'est-ce que la planification du territoire de vente ?
- 5 Qu'est-ce qu'un quota de vente ?
- 6 Problèmes courants de la planification des ventes
- 9 Un problème ? Voici la réponse à votre logiciel de planification des ventes



Qu'est-ce que Planification du territoire de vente ?

La planification ou la gestion des territoires de vente est la création et le maintien d'une zone ou d'une région de vente désignée dans l'intention que chacune soit aussi efficace et rentable que possible. Si le modèle classique de définition de ces territoires est géographique, il n'est pas toujours fiable ou équitable. En reprenant un thème sur lequel nous reviendrons, un problème courant est qu'un territoire pourrait être défini comme un grand État malgré une faible population. Un autre problème pourrait être que la démographie n'a pas été suffisamment étudiée au cours des premières étapes de préparation. À l'inverse, une région plus petite et densément peuplée peut nécessiter une équipe de vente plus importante pour gérer les ventes et les comptes.

Une stratégie solide de planification du territoire couvre bien plus que la simple géographie. Elle prend en compte non seulement de la taille, mais aussi de l'impact des concurrents sur le territoire, des clients précédents et de l'historique des que des professionnels de la vente qui, au sein d'une équipe, possèdent les compétences et les connaissances l'expérience pour ce territoire. En consolidant tous ces éléments, vous pouvez diviser et décider des territoires manière plus réfléchie et, par conséquent, allouer des quotas

Principaux points à retenir

- Définir un territoire de vente en fonction de la géographie n'est pas toujours une solution équilibrée et efficace.
- Autres facteurs à prendre en compte dans votre stratégie de planification du territoire : la taille, l'impact de la concurrence, l'historique des clients et des produits, ainsi que les compétences et l'expérience en matière de vente.



Qu'est-ce qu'un Quota de vente ?

L'attribution d'un quota est l'objectif fixé aux individus ou aux équipes de vente sur une période donnée, comme un mois, un trimestre ou une année. Un quota peut être la somme d'argent, le nombre de produits, le nombre d'heures de travail, le nombre d'unités vendues, ou encore le nombre de prospects convertis en clients, ce qui correspondrait à un quota de vente basé sur l'activité. Cela rejoint le monde des territoires de vente, car ces quotas se situent dans un territoire et le niveau du quota dépend souvent du nombre de prospects ou de comptes existants dans ce territoire.

Il ne faut pas non plus confondre un quota de vente avec un objectif de vente. Alors qu'un objectif de vente représente la finalité ultime d'une équipe ou d'un individu, un quota de vente est le mécanisme ou la stratégie qui permet à votre équipe de vente d'atteindre ce point. Non seulement les quotas de vente sont profondément liés aux plans de territoire de vente, mais aussi aux plans de rémunération et à l'obtention de primes liées aux performances. Il est donc essentiel de les fixer de manière réaliste et gérable.

Principaux points à retenir

- Un quota est un objectif fixe qui peut être un chiffre monétaire, un nombre de produits ou d'unités vendus, ou qui peut être basé sur une activité.
- Les niveaux des quotas de vente sont influencés par le nombre de prospects ou de comptes existants dans le territoire.
- Les quotas de vente et les objectifs de vente ne sont pas les mêmes. L'objectif de vente est le but final, tandis que le quota est une stratégie qui vous motive à l'atteindre.

Problèmes courants avec La Planification des ventes

Pour maîtriser pleinement tout ce qui concerne les territoires et les quotas, il faut d'abord comprendre et traiter les différents points douloureux qui ont conduit au développement et à l'utilisation de solutions logicielles dans ce domaine. Les points suivants sont accompagnés d'un avertissement. Il se peut que vous ayez déjà été confronté à certains d'entre eux, alors préparez-vous à ressentir un sentiment d'inconfort familial.

1. Adieu à Excel :

Où existe certainement d'autres tableurs à formules, mais c'est le format Excel qui a fait pleurer plus d'un professionnel de la vente. Avec une tendance à se planter et de trop nombreuses opportunités d'erreurs de saisie de la part de l'utilisateur, Excel n'a jamais été le moyen le plus fiable de suivre les performances d'un territoire ou la réalisation d'un quota.

2. Érosion de la foi interne :

Les professionnels de la vente sont doués pour flairer les failles du système. Si les territoires désignés étaient jugés mal conçus par les personnes mêmes qui travaillent sur ces parcelles, cela pourrait entraîner une planification fantôme et une réduction notable de la motivation et de la confiance.

3. Une mauvaise planification ne paie pas de dividendes :

Nous faisons référence à un excès de ressources dans certains territoires, à un manque de services dans d'autres, et à une connaissance limitée de la concurrence locale. C'est ce qui arrive quand on ne consacre pas de temps et d'efforts à la recherche.

4. La taille unique ne convient pas à tous :

Si le logiciel qui est destiné à piloter et à informer votre planification de territoire et de quotas ne peut être personnalisé, vous allez avoir des problèmes. Les logiciels existants (tels que la redoutable méthode du tableur) sont souvent incapables d'être modifiés pour s'adapter à l'évolution rapide des conditions du marché et à la nécessité de changer de territoire, de limites ou de règles. En d'autres termes, il n'est pas adapté à l'objectif.

5. Adieu les cartes en papier :

La planification des territoires de vente et des quotas n'est pas un lieu de nostalgie. Il fut peut-être un temps où une ligne rouge et une punaise sur une carte constituaient un plan de territoire, mais ce n'est plus le cas. Votre équipe de vente et vos clients attendent (et méritent) plus d'informations. Sans tenir compte de la taille réelle des comptes, ou de la richesse en valeur de l'entreprise, il est difficile d'établir un plan de territoire et d'analyser les besoins du marché qu'une solution logicielle peut satisfaire. Autant mettre un bandeau sur les yeux et lancer une fléchette au pif!

6. Accès limité et possibilités de rapport :

L'une des principales difficultés rencontrées par les professionnels de la vente est que, quel que soit le système de planification du territoire en place, ils ne disposent pas des autorisations ou de l'espace nécessaires pour poser des questions en temps réel ou donner leur avis sur d'éventuels problèmes de quotas. Si les personnes qui font le travail de vente ne peuvent pas être entendues, il y aura naturellement un retard dans la vitesse à laquelle un problème peut être résolu, un territoire recalibré ou un quota réaffecté

7. Attention au fossé :

Les lacunes de couverture sont un phénomène trop fréquent lorsque la planification du territoire est effectuée sans la diligence et la rigueur nécessaires. Ce problème concerne les zones qui se situent entre les paramètres établis parce que le processus de planification n'a pas réussi à les repérer. Il en résulte que l'on passe à côté de nombreux endroits et opportunités qui ne se conforment pas à la géographie conventionnelle. Tout cela recouvre également cette tendance à rendre la planification du territoire trop simpliste sans les paramètres des scénarios "what if" qui donneraient un aperçu des circonstances économiques régionales, des changements politiques et d'autres facteurs



8. Attribution inéquitable des quotas :

Allocations et distributions de quotas moins qu'idéals sont monnaie courante dans le monde de la vente. Qu'il s'agisse d'attribuer trop de prospects à une équipe territoriale ou de fixer des quotas impossibles à atteindre. Les cibles dans un secteur qui ne dispose que de peu de pistes, tout sentiment d'iniquité conduit rapidement au ressentiment. Et le ressentiment ne tue pas seulement la motivation, il risque aussi de pousser des professionnels de la vente talentueux à quitter le navire. Ce que nous verrons lorsque nous parlerons des avantages d'un bon système de gestion de la relation client, c'est qu'il est possible d'en tirer parti. La solution est qu'avec un logiciel bon et fiable, il n'y a plus d'endroits où se cacher et de place pour l'injustice

Lorsqu'il s'agit de planification de territoire et d'allocation de quotas, il peut être tentant de s'enliser dans les méandres de l'irritation.

Ne laissez pas ces tentations vous distraire de l'adoption d'une solution logicielle conçue pour spécifiquement dans le but effacer la majorité (sinon la totalité) de ces problèmes.

Principaux points à retenir

- La planification des ventes n'est pas une tâche simple. Il s'agit d'un exercice d'équilibrisme délicat, avec de nombreux points douloureux qui peuvent être atténués, voire complètement éliminés, par la bonne solution logicielle.
- Des processus manuels et obsolètes, une culture de la vente marquée par la méfiance et des ressources déséquilibrées sont autant de facteurs qui contribuent à la frustration liée à la planification des ventes.
- La personnalisation et la collaboration sont les clés du succès de la planification des ventes. Souvent, les logiciels existants ne peuvent pas être modifiés pour répondre à vos besoins spécifiques.

Un problème ? Voici votre plan de vente

Réponse du logiciel

Présenter une solution ne consiste pas seulement à résoudre des problèmes, mais aussi à améliorer le processus de planification du territoire et des quotas et à le rendre plus efficace. En regroupant tous les éléments sous un même Grâce au parapluie logiciel, ce n'est plus un processus à redouter, mais un processus qui peut être apprécié et apprécié en raison de l'énorme valeur qu'il peut apporter à une entreprise.

Décomposons cela en quelques caractéristiques et avantages clairs et tangibles de ce qui est essentiel pour votre liste d'achats de planification des ventes.

- **Voyez-le, cartographiez-le :**
L'aspect et la convivialité de la solution de planification des ventes examinée sont primordiaux. Bien que nous insisterons sur le fait qu'il s'agit de bien plus que de la géographie, la cartographie est un élément essentiel de la planification des ventes. Les outils, les graphiques personnalisables et la présentation des données doivent être riches en valeur, faciles à déchiffrer et simples à expliquer à toute personne utilisant les informations et les mesures à l'écran.n.
- **Solution sur mesure :**
Au moment de prendre votre décision d'achat en matière de planification des ventes, optez pour des produits sur mesure, construits à cet effet.Un logiciel conçu pour définir et afficher les territoires possibles et les quotas qui s'y rattachent sur la base de multiples facteurs pertinents qui stimuleront la croissance et inciteront votre équipe à comprendre et à atteindre ses quotas.
- **Capture et utilise les informations sur le marché :**
Dans le prolongement de l'avantage "pas seulement géographique", une bonne solution de planification des ventes tient compte des recherches, de l'histoire de la région et des autres entreprises qui vendent un produit similaire ou fournissent un service dans le même domaine que votre entreprise.
- **Flexible et évolutif :**
Les champs de rapport et de paramétrage de votre logiciel de planification des ventes doivent pouvoir être ajustés immédiatement afin de refléter et de répondre aux changements soudains des conditions du marché ou de l'environnement.10au sein de votre propre entreprise. La solution logicielle de planification des ventes de Varicent est conçue pour évoluer avec vous et être un "partenaire" utile à mesure que vous élargissez votre champ d'action et augmentez vos bénéfices.

- **Sans tableur**

Un logiciel intuitif de planification des ventes présente les informations et les solutions d'une manière qui élimine les erreurs humaines et les erreurs de données. Il est donc moins gênant à utiliser et plus fiable pour la production de rapports.

- **Automatisé et efficace :**

Les processus automatisés ne réduisent pas seulement l'erreur humaine et l'inexactitude des données, ils demandent aussi beaucoup de travail. Cette méthode plus efficace permet de gagner du temps et de l'argent et d'augmenter la productivité, car vous et votre équipe pouvez vous consacrer à l'élaboration de stratégies et à la vente.

- **Opportunités capturées :**

Un logiciel de planification des ventes robuste doit offrir plus qu'un simple programme réactif. La meilleure solution intelligente et perspicace utilisera l'analyse, les mesures et les facteurs du marché pour décider de la taille et de l'emplacement du territoire, ainsi que du nombre de représentants commerciaux nécessaires. En outre, elle détectera toute lacune dans la couverture, afin que vous puissiez la combler en temps voulu.

- **Transparence et confiance :**

Une solution logicielle de planification des ventes accessible supprime toute information cachée sur les soldes de quotas, de sorte que votre équipe ne se remette pas en question, ni elle-même ni les autres. Avec plus d'ouverture entre les membres de l'équipe, ils peuvent coopérer si nécessaire et mieux comprendre leurs propres objectifs de rémunération et les objectifs plus larges de l'entreprise.

- **Affichage et réponses en temps réel :**

L'un des grands avantages d'une solution de planification des ventes accessible et ouverte est que les membres de l'équipe de vente de l'entreprise peuvent s'y retrouver. L'équipe de vente peut poster des requêtes et des mises à jour en temps réel. L'avantage est que les informations vitales sont toujours capturées et que chaque message peut être suivi, ce qui rend chacun plus responsable de son rôle, où qu'il se trouve.



- **Intégration des logiciels et des dispositifs :**

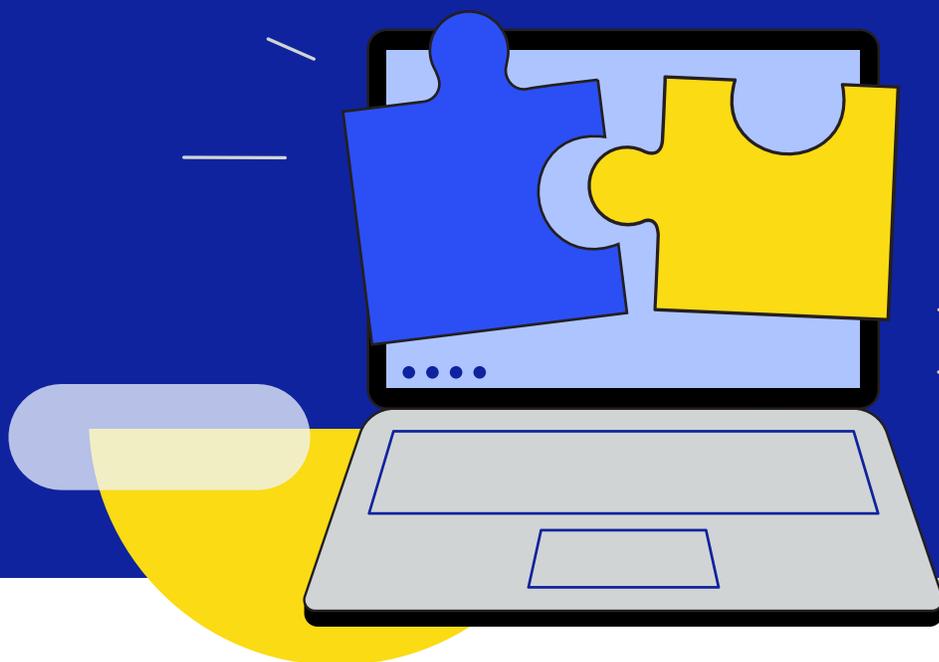
La planification de territoires et de quotas fait partie d'un processus de vente beaucoup plus vaste et a un impact sur les ventes, sur les systèmes de primes, et sur la stratégie "lead to revenue ". Assurez-vous que la solution pour laquelle vous optez peut facilement être intégrée à d'autres logiciels de performance des ventes.

- **Toujours accessible :**

En outre, nous recommandons que la solution de planification des ventes dans laquelle vous investissez puisse être aisément accessible depuis les smartphones et tablettes de vos équipes commerciales, ainsi que depuis leurs ordinateurs portables. Recherchez une solution qui propose un logiciel basé sur la cloud, facile à installer, et qui garantit également que chaque modification et chaque élément d'information supplémentaire est entièrement sauvegardé.

Principaux points à retenir

- La planification des ventes apporte une valeur énorme à votre entreprise. La bonne solution logicielle doit non seulement résoudre les problèmes, mais aussi rendre le processus plus intelligent et plus efficace.
- Lors de l'achat d'une solution logicielle, les qualités suivantes apportent une réelle valeur ajoutée : intuitif et facile à utiliser, personnalisable, riche en données, évolutif, automatisé, transparent, digne de confiance, et accessible (assurez-vous également qu'il fonctionne avec vos autres logiciels de performance des ventes).



Mettez votre équipe en place Pour réussir

Une fois que vous avez passé en revue cette liste de souhaits tout à fait réalisable, vous êtes en position de force et bien informé pour prendre votre décision concernant la solution de planification des ventes. Avec la solution de planification des ventes de Varicent, vous pouvez être certain que vous élaborez une bonne stratégie et que vous faites des choix éclairés, fondés sur des données éprouvées et des informations sur le marché. Les outils de cartographie et les informations affichées sont les meilleurs de leur catégorie, mais il s'agit surtout d'un logiciel intelligent conçu pour comprendre votre entreprise, vos produits et les endroits du monde où ils se vendraient le mieux.

Prêt à transformer vos processus et votre stratégie de planification des ventes ?

Visitez [varicent.com](https://www.varicent.com)

À propos de Varicent™

Varicent™ est le premier fournisseur de logiciels innovants de gestion de la performance des ventes, dont l'objectif est d'aider les entreprises à planifier, exploiter et payer pour stimuler la performance et la croissance des ventes. Avec uneGrâce à sa gamme complète de solutions permettant de planifier plus intelligemment les territoires et les quotas, de réaliser des opérations efficaces de génération de revenus et de payer les vendeurs avec précision et dans les délais, Varicentest la solution SPM de confiance pour les clients du monde entier. Varicent associe une puissante technologie SPM à sa plateforme alimentée par l'intelligence augmentée pour permettre aux clients de voir rapidement et facilement et traiter les tendances, les problèmes et les opportunités de vente en prédisant les résultats et en prescrivant des actions pour optimiser les revenus.

¹ "State of Sales Territory and Quota Planning", Cascade Insights, 2021.

² "The State of Sales Compensation 2021", Forrester, Marrs, Seth, June 25, 2021.

³ "The Biggest Threat to Sales Teams in 2021 Isn't Losing Clients", HubSpot, Prater, Meg, May 10, 2021.

⁴ "Why Millions of U.S. Employees are Quitting their Jobs and How Companies Can Navigate", HubSpot, Forsey, Caroline, Nov. 22, 2021.

© Copyright Varicent™ 2023

Canada: 4711 Yonge St., Suite 300
Toronto, ON Canada M2N 6K8

Varicent, Varicent Software, Symon.AI et Lead to Revenue sont des marques ou des marques déposées de Varicent aux États-Unis, au Canada et dans d'autres pays.