

Qu'est-ce que la force de vente supplétive ?



La force de vente supplétive peut être définie comme suit :

« La force de vente qui est assurée par un prestataire externe. Elle vise à renforcer de manière ponctuelle la force de vente interne de votre entreprise. ».

Les raisons d'utilisation d'une force de vente supplétives :

La force de vente supplétive s'intègre non pas dans la marche quotidienne de l'entreprise mais plutôt **dans le cadre d'une nouveauté**. Elle peut épauler les commerciaux ou vendeurs itinérants ou les vendeurs sédentaires en points de vente pour les raisons suivantes¹:

¹ Qu'est-ce que la force de vente supplétive ? Avantages et limites
<https://www.re-com.fr/nos-articles/avantages-et-inconvenients-de-la-force-de-vente-suppletive>

Tester ou lancer des produits sur un secteur vacant, qu'il soit géographique ou économique comme un nouveau marché

Booster les ventes tout simplement en multipliant l'impact commercial de l'entreprise dans certains secteurs

Monter un commando force de vente pour une action commerciale « coup de poing » dans un court délai, on parle aussi d'opération « one shot »

Animer les réseaux de distribution et les renforcer dans le cadre d'une recherche de nouveaux distributeurs

Mettre en place des opérations spéciales : déstockage de produits, nouveau service à faire connaître, etc.






Développer l'impact d'opérations récurrentes comme les anniversaires, la présence sur les salons professionnels ou grand public, une journée « Portes Ouvertes »

Répondre à la demande induite par **une forte saisonnalité du marché**. Le renfort de l'équipe commerciale dans ces cas-là démultiplie la présence sur le terrain





Lancer une opération d'information spéciale en direction des clients professionnels et / ou des distributeurs.

Les avantages d'une Force de vente supplétive sont :

Heureusement, il existe de nos jours une solution à la création d'un service commercial en interne qui peut être à la fois fastidieuse et coûteuse. Les avantages de faire intervenir une force de vente supplétive sont multiples, nous citons particulièrement :

-  Permettre à l'entreprise de **se concentrer sur le cœur du métier** qui est avant tout la production et le développement de son activité.
-  **Augmenter la compétitivité sans aucune pression sur le recrutement, ni de charges ou de complication issues de l'embauche** de commercial en CDD ou un CDI (recrutement, rendez-vous, choix, etc.).
-  **Compter en un laps de temps court sur des spécialistes du terrain** qui vont intégrer rapidement tous les aspects marketing de la vente de vos produits
-  **Avoir à peu de frais une veille concurrentielle efficace** et productive grâce à des enquêtes, des tests, etc.
-  **Engendrer des économies non négligeables** : absence de charges comme lors d'un recrutement, gain de temps, contrôle précis des frais de structure.

Les inconvénients d'une force de vente supplétive¹:

-  **Craindre la perte de la maîtrise des ventes et de l'expérience du commercial** « maison ». Ce dernier, moins sur le terrain et donc moins au contact des clients, peut perdre non seulement sa motivation mais aussi les liens étroits avec sa clientèle de base.
-  Si la concurrence ou même les entreprises clientes apprennent la délégation du commercial, on peut penser que cela va **ternir l'image même de l'entreprise en dévoilant un manque, une faille.**
-  Faire appel à des commerciaux externes pour une opération peut paraître **difficile à mettre en place.**
-  **Les vendeurs de la société peuvent se sentir dépossédés et perdre leur motivation.** car ce n'est qu'une mauvaise appréciation de leur part : une telle opération existe pour justement alléger leur travail.

¹ Qu'est-ce que la force de vente supplétive ? Avantages et limites

<https://www.re-com.fr/nos-articles/avantages-et-inconvenients-de-la-force-de-vente-suppletive>

