

DEVELOPPEMENT COMMERCIAL DES ENTREPRISES

DOSSIER DE PRESSE



ACCÉLÉRATEUR DE BUSINESS

CONTACT PRESSE :



Infinités Communication

1 rue du Moulin - 78590 Rennemoulin

Aurélien TENNEREL : aurelie@infinites.fr

Agnès HEUDRON : agnesh@infinites.fr

Tél. : 01 30 80 09 09 - Fax : 01 30 80 09 29

www.infinites.fr

S O M M A I R E

I. PROSPACTIVE, PREMIER RÉSEAU SPÉCIALISÉ DANS LE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DES PME

- 1.1 : L'externalisation : une solution efficace pour développer l'activité des PME
- 1.2 : Une réponse aux problématiques commerciales des entreprises
- 1.3 : La méthode Prospactive
- 1.4 : L'histoire d'une réussite : les dates clés
- 1.5 : Frédéric Liotard, Dirigeant - Fondateur
- 1.6 : Le Portail des PME, premier site collaboratif pour les chefs d'entreprises

II. UN RÉSEAU COMPOSÉ D'EXPERTS

- 2.1 : Un concept unique en plein développement
- 2.2 : L'accompagnement des experts accrédités
- 2.3 : Des formations gratuites à disposition des experts accrédités
- 2.4 : La fiche réseau

I. PROSPACTIVE, PREMIER RÉSEAU SPÉCIALISÉ DANS LE DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL DES PME

Créé par Frédéric Liotard en 2003, Prospactive est le premier réseau français de spécialistes du développement commercial des TPE, PMI et PME, de 5 à 200 salariés. Implanté en France au niveau national, il dispose d'un savoir-faire, d'outils innovants et de méthodes éprouvées pour répondre efficacement aux besoins des entreprises quel que soit leur secteur d'activités.

■ 1.1 : L'externalisation : une solution efficace pour développer l'activité des PME

Les "prospecteurs", experts accrédités de Prospactive, aident les entreprises à mettre en place une véritable stratégie de développement, à conduire une action commerciale forte et à faire fructifier leur "capital client".



■ 1.2 : Une réponse aux problématiques commerciales des entreprises

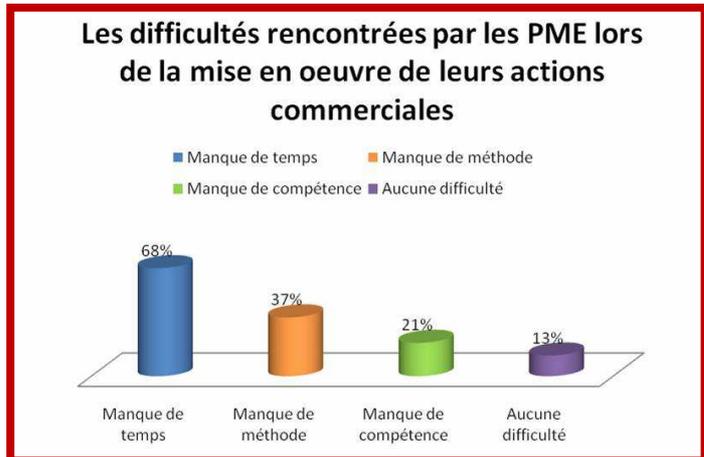
750 000 entreprises constituent le cœur de cible de Prospactive, des PME qui ont besoin d'être accompagnées efficacement par des professionnels pour développer leur activité.

Si **85%** des chefs d'entreprise ont comme priorité le développement de leur chiffre d'affaires, **70%** d'entre eux réalisent eux-mêmes le développement commercial de leur société, car ils estiment que le coût salarial d'un Directeur Commercial est trop élevé.

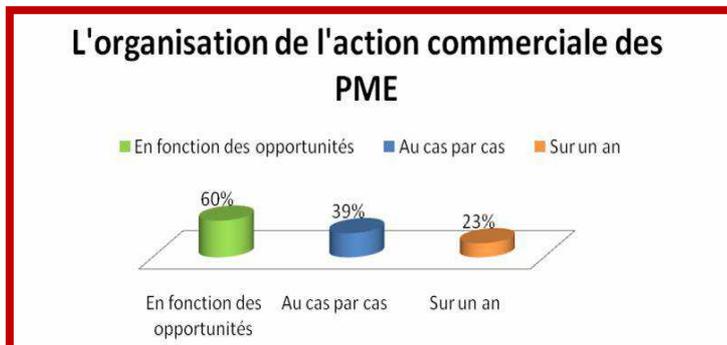
Cependant, par manque de temps (**68%**) et de méthodologie (**37%**), ils sont vite confrontés à de nombreuses difficultés.

Tous s'accordent à dire qu'ils ont besoin d'une activité commerciale soutenue pour se développer. Pourtant, seuls **23%** disposent d'un plan élaboré d'actions commerciales à l'année. Les autres n'ont pas de stratégie ni de cohérence dans leur démarche.

Il est également constaté que **50%** de ces entreprises relancent les clients en fonction du temps disponible ou rarement. Un grand nombre de PME se focalisent ainsi sur la technique plutôt que sur l'action commerciale qui est abordée de façon expérimentale.



La plupart des entreprises se concentrent uniquement sur la conquête ou uniquement sur la fidélisation des clients. Or, ces deux actions doivent être développées ensemble si on espère se développer et accroître son chiffre d'affaires.



Mettre en place des objectifs de développement, se protéger des attaques de concurrents, s'assurer de la régularité des commandes et

d'une activité continue, contrôler les résultats de croissance... font partie de la mission d'un Directeur Commercial intégré ou de l'accompagnement personnalisé proposé par Prospactive.

■ 1.3 : La méthode Prospactive

L'intervention d'un expert Prospactive se traduit à court ou moyen terme par une progression du chiffre d'affaires de 10 à 30% : son impact est facilement mesurable grâce à une organisation commerciale méthodique et rigoureuse.

Les "prospacteurs" interviennent auprès de PME de tous secteurs et de tout type d'activité que leur offre soit destinée aux professionnels ou aux particuliers.

Leur démarche commence par un audit complet de l'entreprise, qui détermine le plan d'actions commerciales. Elle se poursuit par le pilotage et le suivi du plan : mise en place d'outils de marketing direct, refonte des argumentaires de vente, prospection régulière, création et suivi de tableaux de bord...

Pendant le premier mois de la collaboration, l'expert Prospactive intervient pour identifier les savoir-faire spécifiques de l'entreprise, valider ses objectifs, détailler l'organisation existante, décrire l'offre et le marché.

Cette étape débouche sur un plan d'actions commerciales détaillé, que le dirigeant approuve et signe. Dans la plupart des cas, la collaboration est formalisée sous forme d'engagement annuel.

L'EXECUTION DU PLAN D'ACTION EN 3 PRINCIPES

- **Exhaustivité** : l'entreprise vise l'ensemble de ses cibles potentielles
- **Régularité** : la relation avec les prospects est menée sur un rythme bien défini
- **Continuité** : le plan lancé peut être corrigé et amélioré mais ne peut pas être abandonné sans motif

Parmi les actions les plus fréquentes figurent la mise en place d'une base de données prospects, les opérations de marketing direct, la création d'indicateurs et de tableaux de bord, la planification des relances, le resserrement des délais de fourniture des offres et devis...

Véritable Directeur Commercial externalisé, l'expert Prospactive prend en charge l'organisation et le management des équipes, commente les résultats à l'entreprise cliente, prépare les futures actions, et décide d'éventuelles adaptations du plan d'actions.

L'externalisation de leur direction commerciale permet aux entreprises une plus grande souplesse et un investissement moins important qu'une embauche classique, avec en plus un résultat garanti.

■ 1.4 : L'histoire d'une réussite : les dates clés

1995	<ul style="list-style-type: none"> • Création de la société FL Diffusion, détentrice de la marque Prospactive, par Frédéric Liotard
1998	<ul style="list-style-type: none"> • En août : implantation à Dijon – développement et élargissement de l'activité
2001	<ul style="list-style-type: none"> • Augmentation du capital – entrée d'actionnaires industriels • L'équipe de Direction est associée au projet en tant qu'actionnaire • En octobre : création et dépôt de la marque "Prospactive" à l'Institut National de la Propriété Industrielle
2002	<ul style="list-style-type: none"> • Renforcement de la présence de FL Diffusion sur les régions Bourgogne, Franche-Comté et Champagne • Développement du concept de l'externalisation du développement commercial • Structuration de l'entreprise – recrutement de l'équipe • Initialisation d'un système de services par abonnement à une plate-forme collaborative
2003	<ul style="list-style-type: none"> • Démarrage du réseau "Prospactive" – finalisation du concept
2004	<ul style="list-style-type: none"> • Le réseau compte 11 experts • En juillet : Qualification Entreprise Innovante dans le cadre des Fonds Communs de Placement dans l'Innovation • En septembre : obtention d'une aide à l'innovation par OSEO-ANVAR dans le cadre du développement d'une structure collaborative de prospection commerciale pour les PME-PMI, accompagnée d'une aide du Conseil Régional de Bourgogne • En octobre : augmentation du capital - entrée de nouveaux actionnaires : l'Institut de Développement Economique de Bourgogne
2007	<ul style="list-style-type: none"> • En juillet : passage du capital à 312 200 €
2008	<ul style="list-style-type: none"> • Acquisition par FL Diffusion du site d'information collaboratif "Le Portail des PME", reprise complète du modèle et du site
2010	<ul style="list-style-type: none"> • Entrée de six experts au capital de la société FL Diffusion à hauteur de 9.6%
2012	<ul style="list-style-type: none"> • Le réseau effectue une restructuration avec un recentrage de ses activités • Il modifie son modèle économique et reprend son développement en France avec une trentaine d'experts

■ 1.5 : Frédéric Liotard, Dirigeant - Fondateur



FREDERIC LIOTARD

DIRIGEANT - FONDATEUR DE PROSPACTIVE

NE EN 1955, il débute sa carrière en 1977, comme responsable commercial. De 1985 à 1995, il devient Président Directeur Général d'une entreprise de construction de façade et de menuiseries métalliques, où il manage une équipe de 35 collaborateurs.

En 1995, il crée FL Diffusion, un cabinet solo spécialisé dans le conseil en direction commerciale externalisée auprès des petites entreprises B to B.

La croissance régulière de son activité et le succès de ses méthodes le conduisent en 2001 à élaborer des outils innovants et collaboratifs, et à élargir son champ d'actions.

En 2003, il crée Prospactive, qu'il lance en réseau pour le développer au niveau national.

En 2006, il publie un ouvrage intitulé *Programmez votre Réussite Commerciale* (Format éditions) dans lequel il livre aux dirigeants de PME l'essentiel des outils et méthodes pour organiser leur activité commerciale.

En 2008, il décide de racheter le site Internet d'information collaboratif "Le Portail des PME".

■ 1.6 : Le Portail des PME, premier site collaboratif pour les chefs d'entreprises

Le Portail des PME - www.portail-des-pme.fr - est un site Internet d'information collaboratif dédié aux dirigeants de PME, aux créateurs d'entreprise, aux cadres dirigeants, et de manière plus générale à toute personne intéressée par les problématiques des PME.



Traitant des différents thèmes et étapes de la vie de l'entreprise, il a la particularité de fonctionner sur un modèle collaboratif. Ainsi, plus de 1 300 chefs d'entreprises, experts, juristes, consultants,... rédigent les articles et commentaires qui animent le site.

Marque déposée depuis 2001, Le Portail des PME a su évoluer au même rythme que les grandes tendances de l'Internet : par le passage au modèle communautaire en 2008. Ce site, qui compte 100 000 visiteurs uniques par mois, permet à toute personne concernée par les PME de disposer d'un lieu d'échange et de partage d'expérience entre professionnels.

Acquis en 2008 par la société de Frédéric Liotard, FL Diffusion, Le Portail des PME se veut un partenaire du réseau Prospactive.

II. UN RÉSEAU COMPOSÉ D'EXPERTS

Fort de son expérience, Frédéric Liotard a développé un savoir-faire, des méthodes et des outils innovants qui permettent aux experts accrédités Prospactive d'être opérationnels dès le premier jour de leur activité.

■ 2.1 : Un concept unique en plein développement

Prospactive compte une trentaine d'experts accrédités en France. Repositionné dans une dynamique de croissance régulière et qualitative, le réseau a pour objectif de renforcer son maillage en France.

Les membres du réseau sont des experts qui ont exercé pendant au moins dix ans des métiers en relation avec le développement commercial : directeur commercial, directeur des ventes, responsable export, ingénieur commercial, directeur de centre de profit...

Les "prospacteurs" exercent leur activité de manière indépendante et doivent partager avec Frédéric Liotard la culture du pragmatisme et de l'efficacité qui fait la force du réseau.

EXIGENCES DANS LE RECRUTEMENT DES EXPERTS	
▪	Expérience confirmée dans la fonction commerciale
–	Dirigeant de PME
–	Ingénieur commercial
–	Chef des ventes
–	Directeur commercial
–	Directeur marketing
–	Responsable de développement
▪	Profil entrepreneur
–	Autonomie
–	Responsabilité
–	Flexibilité
–	Engagement
▪	Aisance relationnelle et crédibilité
▪	Esprit réseau
–	Aptitude à contribuer et capitaliser sur l'expérience réseau

■ 2.2 : L'accompagnement des experts accrédités

Méthodologie de traitement d'un nouveau client, argumentaires, contrats-types, bibliothèques de missions, guides de procédures, logiciels de gestion de l'information commerciale : ces outils, qui se retrouvent sur la plate-forme collaborative, garantissent partout en France la qualité du travail réalisé et la crédibilité du label Prospactive. Ils permettent aux experts d'être efficaces dès leur premier jour d'activité, sans avoir à concevoir une offre, des produits et des tarifs, ni à identifier et à valider un marché.

• Des logiciels dédiés pour gérer l'information commerciale

Des logiciels ont été développés pour les besoins de Prospactive et mis à la disposition des experts accrédités via une plate-forme collaborative. Chaque expert peut s'y connecter à tout moment, ce qui constitue une des clés de la différenciation du réseau.

LOGICIELS A DISPOSITION VIA LA PLATE-FORME COLLABORATIVE	
▪	Progiciel : étude stratégique et aide à la décision
▪	Gestion de fichiers : création, mise à jour, sélection multicritères des fichiers prospects, clients, produits, etc.
▪	Gestion de l'agenda : planification, organisation
▪	Programmation d'actions : relances, envoi de courriers, rdv
▪	Analyse de résultats : traitement statistiques de l'information, suivi des actions

Cette plate-forme exclusive, développée avec l'aide d'Oséo qui a reconnu son caractère innovant, permet aux experts de disposer en permanence des ressources, des acteurs et du dynamisme du réseau : agendas, forum, création et suivi de tableaux de bord, accès sécurisé aux données commerciales des PME, travail à distance sur des documents communs...

Tous les "prospecteurs" ont également accès à une base documentaire sur laquelle ils retrouvent l'ensemble des outils et documents mis à leur disposition. Celle-ci est mise à jour et enrichie régulièrement. Elle contient plus de 500 documents : outil diagnostic, documents de formation initiale, exemples de propositions commerciales, modes opératoires, exemples de mailing, contrats types, etc.

• Des événements réguliers

Pour chaque expert accrédité, Prospactive organise un événement de lancement afin de générer des contacts avec les dirigeants régionaux.

Cet événement marque le démarrage de l'activité. Il est essentiel puisqu'il permet aux experts de rencontrer des prospects qualifiés et de s'intégrer à la vie économique locale. Cartons d'invitation, campagne d'e-mailing, communication sur le site Internet, présentation de la conférence sont autant d'outils mis à la disposition de l'expert lors de son implantation.

Les experts participent également à de nombreux salons professionnels, notamment locaux, et journées business. Prospactive assiste et aide chacun de ses membres à participer efficacement à ces salons, et apporte son aide en organisant en amont les actions marketing.

Tous ces événements représentent une bonne opportunité pour les "prospecteurs" de présenter leur expertise et savoir-faire à des entreprises désireuses de trouver des solutions concrètes à leur développement commercial.

- **De nombreux partenariats**

En rejoignant le réseau, les experts Prospactive bénéficient de nombreux partenariats qui leur permettent d'être plus performants pour leurs clients.

LES PARTENARIATS PROSPACTIVE	
▪	INES : société spécialisée dans la création de logiciels CRM qui propose des formations pour les "prospacteurs" sur les différentes fonctionnalités de ce type de programmes.
▪	UNIK : a mis en place une offre complète de télémarketing BtoB avec un reporting qualitatif permettant de calculer le retour sur investissement des entreprises.
▪	Net-com : a conçu la solution "Prospaweb", une prestation additionnelle qui colle aux besoins exprimés par les PME grâce à une offre web complète (création et refonte de site internet, rédaction et mise à jour des contenus...).
▪	JKPM : a lancé le Klub Prospactive, un moteur de recherche de mise en relation. Cet outil permet de tirer profit du carnet d'adresses global du réseau, mis à la disposition de tous les membres dans un annuaire en ligne. Cela déclenche ainsi des collaborations et des opportunités nouvelles pour l'ensemble des experts.
▪	Master Performance : a mis en place un outil et des méthodes performantes pour accompagner les forces de vente des experts.
▪	International Trade Connexion : organise des missions, des offres et des évènementiels communs pour le développement des entreprises clientes à l'international.



■ 2.3 : Des formations gratuites à disposition des experts accrédités

Dans un souci d'évolution constante, le réseau propose gratuitement aux "prospecteurs" un plan annuel de formations qui correspondent aux attentes du réseau et développent les compétences des experts accrédités.

- **La formation initiale**

D'une durée de cinq jours intensifs, la formation initiale couvre tous les aspects de l'activité :

- Initiation aux trois étapes de la démarche Prospactive : étude préalable, plan d'action commerciale, suivi de l'exécution du plan.
- Prise en main des applicatifs de gestion d'information commerciale.
- Apprentissage des outils : mailing, fax mailing, création d'événements, etc.
- Rédaction et chiffrage de propositions.
- Etudes de cas.
- Méthodes de prospection, réseaux, contacts pour le lancement de l'activité.

- **Le tutorat d'aide au lancement**

Afin d'aider les nouveaux experts accrédités dans le lancement de leur activité au sein du réseau, un tutorat a été mis en place. Un "prospecteur" déjà en place intervient sur les deux premiers dossiers, de la signature jusqu'au suivi, pendant la première année de la mission.

- **Les séminaires mensuels**

Les membres du réseau ont accès à des séminaires mensuels qui leur permettent de découvrir de nouvelles pratiques. Le programme type est constitué d'une restitution d'un chantier mené par un expert accrédité, d'un atelier pratique avec étude de cas, d'une intervention d'un professionnel extérieur et d'un témoignage lié à une success story.

- **Les formations en groupe**

Les journées de formation en groupe sont l'occasion pour les membres du réseau de se réunir et de gagner en efficacité. Ces sessions prennent la forme, soit d'une formation sur une thématique définie et partagée, comme "les bases de l'analyse financière", soit d'une formation liée à un partenariat, soit encore d'une formation client telle que "la prise de parole en public".

- **Les formations en ligne**

Les formations en ligne sont l'occasion pour les experts de se perfectionner avec les différents outils mis à leur disposition par Prospactive et d'acquérir des compétences supplémentaires pour réussir au mieux leur prospection et leurs missions chez leurs clients.

Une formation en ligne est organisée chaque semaine sur des sujets variés : le traitement de fichiers et la création de tableaux de bord, les meilleures pratiques de la plateforme collaborative, réussir ses plans d'actions, les indicateurs de performance des commerciaux, l'outil diagnostic, etc.

■ 2.4 : La fiche réseau

DENOMINATION SOCIALE	FL Diffusion
NOM COMMERCIAL	Prospactive
DATE DE CREATION	1995
DATE DU LANCEMENT EN RESEAU	2003
FORME JURIDIQUE ET CAPITAL	SARL au capital de 312 200 €
SIEGE SOCIAL	13 rue Marguerite Yourcenar 21000 Dijon
TEL	03 80 58 72 95
FAX	03 80 54 32 78
SITE INTERNET	www.prospactive.com
E-MAIL	contact@prospactive.com
DIRIGEANT - FONDATEUR	Frédéric Liotard
NATURE DU CONTRAT	Contrat d'accréditation
DUREE DU CONTRAT	5 ans
NOMBRE DE LICENCIES EN FRANCE	Une trentaine en 2012
CHIFFRE D'AFFAIRES RESEAU	En 2012 : 3 200 000 €
APPORT PERSONNEL	10 000 €
DROITS D'ENTREE	30 000 € HT, dont la formation initiale de 12 000 €
REDEVANCE MENSUELLE D'EXPLOITATION	7% HT du chiffre d'affaires, avec un minimum de 350 € HT par mois à compter du douzième mois