

ET POURQUOI PAS UNE FORCE DE VENTE "INDEPENDANTE ?



<http://www.bc-resco.fr>

CV : Dominique Balland dirige le cabinet "Balland Consultants", spécialisé en montage de réseaux commerciaux. Il est l'auteur d'un guide intitulé : "Pourquoi et comment faire appel à des commerciaux indépendants ?", édité par le groupe "Action commerciale

Quelles sont les différentes solutions qui s'offrent à l'entreprise pour créer sa force de vente ?

Tout d'abord, il convient de rappeler que la vente est la fonction prioritaire de l'entreprise et qu'elle repose essentiellement sur le chef d'entreprise... Ceci-dit, un bon accès au marché est fondamental et l'entrepreneur ne doit pas se tromper de force de vente. Il a le choix entre :

- des salariés qui travaillent en exclusivité pour lui et dans une relation de totale subordination juridique,
- des commerciaux indépendants - agents commerciaux ou VRP multicartes - qui travaillent simultanément pour plusieurs sociétés, rémunérés uniquement à la commission. Ils sont en général introduits auprès d'un type de clientèle qu'ils connaissent bien, à laquelle ils vendent différents produits non concurrents mais complémentaires.

Quels sont les atouts et les faiblesses de la force de vente intégrée ?

Le recrutement d'un commercial salarié permet à l'entrepreneur de garder une bonne maîtrise de ses actions commerciales. Certains sont très attachés à cela, notamment en cas de lancement d'un nouveau produit ou d'une action de promotion par exemple. Ils peuvent ainsi contrôler la prospection de leur clientèle en gérant finement les tournées de leurs commerciaux.

Par ailleurs, un salarié, bien motivé, qui possède une très bonne connaissance du produit ou service qu'il représente, peut remonter à l'entrepreneur de précieuses informations du terrain sur le marché et la concurrence. Ces informations permettront à ce dernier de définir ou d'ajuster au mieux sa stratégie commerciale. Un bon commercial devient peu à peu « le conseiller » de ses clients.

Mais il faut être conscient qu'un salarié représente un coût très important pour une nouvelle entreprise, car elle doit lui garantir un salaire minimum fixé par la convention collective, payer les charges sociales afférentes, les frais de déplacement...., avant même que des ventes ne soient réalisées. Un salarié commercial coûte au minimum 50 000 euros par an.

Difficile à supporter lorsque l'on démarre son activité !

Ne peut-on pas rémunérer un commercial salarié uniquement en pourcentage des ventes réalisées ?

Non, même si la rémunération du salarié n'est constituée que de commissions, l'employeur devra tout de même lui verser, à la fin du mois, le salaire minimum prévu par la convention collective. Il n'y a aucun moyen de déroger à cette règle... sauf à recourir à une force de vente « indépendante » : agent commercial ou VRP multicarte.

La constitution d'une force de vente "indépendante" est-elle selon vous une bonne formule pour une nouvelle entreprise ?

Dans ce domaine, il convient d'être prudent, car il n'existe pas de règles absolues...

Cependant les deux préoccupations majeures de tout créateur d'entreprise ne sont-elles pas de vendre vite et de limiter ses frais fixes ?

Le recours à une force de vente "indépendante" répond à ces deux points en permettant :

- d'accéder plus rapidement à la clientèle complémentaires visée lorsque le commercial est déjà introduit auprès de celle-ci, grâce notamment à ses autres mandats ou cartes,
- de le rémunérer par un système de commissionnements. De ce fait, tant qu'aucune vente n'est réalisée, l'entrepreneur n'a aucun frais à payer. Cette formule, qui aboutit à transformer des frais fixes en frais variables, permet de limiter les dépenses commerciales dans des périodes de mévente et ainsi de coller à la réalité (notamment pour des produits saisonniers).

Elle offre enfin un autre avantage non négligeable : l'entrepreneur ne paye ses commissions qu'après la vente...

Alors pourquoi est-elle si peu utilisée ?

Sans doute par ignorance ou méconnaissance de ces statuts ! De ce fait, un grand nombre d'entreprises renonce à des développements sur des secteurs géographiques nouveaux ou sur des typologies de clientèles, et c'est bien dommage ! Recourir à une force de vente "indépendante" permet de travailler avec des personnes qui ont une compétence rare d'introduction dans certains milieux, certaines filières.

Quelle est la différence entre un agent commercial et un VRP multicarte ?

Les conditions d'exercice de ces deux professions sont très proches puisque leur activité consiste, à l'un comme à l'autre, à visiter la clientèle dans le but de négocier et prendre des commandes, au nom et pour le compte des entreprises représentées.

Cependant une différence fondamentale sépare le VRP multicarte de l'agent commercial.

Le VRP multicarte est un « collaborateur-partenaire », salarié de plusieurs employeurs.

L'agent commercial est un travailleur indépendant, un chef d'entreprise prestataire de services.

Bien qu'il soit rémunéré uniquement par des commissions, le VRP multicarte est donc un salarié de l'entreprise. De ce fait :

- il est soumis à une hiérarchie,
- il cotise au régime général des salariés et bénéficie de la législation du travail : période d'essai, congés payés...
- en cas de difficultés financières de son employeur, il est créancier super-privilegié,
- et, en cas de conflit, il doit s'adresser au tribunal des Prud'hommes.

L'agent commercial, quant à lui, n'est pas soumis au droit du travail, mais au droit des contrats. Son statut juridique résulte de la loi du 25 juin 1991 et il est rattaché au régime social des non-salariés. En tant qu'indépendant, il est libre d'organiser son entreprise comme bon lui semble. Il a toute latitude pour développer la commercialisation des produits ou services dont il a la charge. Il peut exercer son activité en entreprise individuelle ou en société, et il est libre de recruter du personnel, sans obtention d'autorisation particulière.

A la différence du VRP multicarte, c'est un entrepreneur à part entière qui engage ses fonds propres en prenant le risque de ne pas être payé.

La constitution d'une force de vente "indépendante" est-elle selon vous une bonne formule pour une nouvelle entreprise ?

Dans ce domaine, il convient d'être prudent, car il n'existe pas de règles absolues...

Cependant les deux préoccupations majeures de tout créateur d'entreprise ne sont-elles pas de vendre vite et de limiter ses frais fixes ?

Le recours à une force de vente "indépendante" répond à ces deux points en permettant :

- d'accéder plus rapidement à la clientèle complémentaires visée lorsque le commercial est déjà introduit auprès de celle-ci, grâce notamment à ses autres mandats ou cartes,
- de le rémunérer par un système de commissionnements. De ce fait, tant qu'aucune vente n'est réalisée, l'entrepreneur n'a aucun frais à payer. Cette formule, qui aboutit à transformer des frais fixes en frais variables, permet de limiter les dépenses commerciales dans des périodes de mévente et ainsi de coller à la réalité (notamment pour des produits saisonniers).

Elle offre enfin un autre avantage non négligeable : l'entrepreneur ne paye ses commissions qu'après la vente...

http://www.apce.com/index.php?rubrique_id=61&type_page=I&tpl_id=44&contenu_id=123760

REPONDEZ AUX QUESTIONS SUIVANTES :

1/ Quelle est la différence principale entre une force de vente intégrée et une force de vente indépendante ?

2/ Expliquez la différences entre « frais fixes » et « frais variables » ?

3/ Remplissez le tableau ci-dessous

Force de vente intégrée		Force de vente indépendante	
<i>Avantages</i>	<i>Inconvénients</i>	<i>Avantages</i>	<i>Inconvénients</i>

4/ Quels sont les deux statuts définis par Dominique Balland qui entrent dans la catégorie de la force de vente indépendante ? Quelle est la différence principale entre chaque statut ?