



CHAPITRE 1

GESTION DE LA COMMANDE À LA LIVRAISON

Introduction

Dans le cadre de l'activité commerciale d'un conseiller de vente, le suivi des ventes s'avère crucial pour garantir une expérience client de qualité et renforcer la relation entre le vendeur et le client. Cette tâche ne se limite pas à la simple finalisation de la transaction d'achat, mais s'étend à assurer que le produit ou service parvient au client final selon les modalités convenues, satisfaisant à la fois leurs attentes et les engagements pris par l'unité marchande. Dans le contexte d'une gestion efficace des ventes, cette compétence implique une attention constante aux détails depuis la commande jusqu'à la livraison finale.

La gestion de ce processus nécessite une coordination fluide entre divers acteurs au sein de l'unité marchande, incluant le service administratif, la logistique, et bien évidemment le conseiller de vente lui-même, qui joue un rôle de pivot. En effet, cette responsabilité implique souvent de suivre et de mettre à jour les statuts des commandes, de gérer les réclamations potentielles, et d'assurer que chaque étape, depuis la vérification de la disponibilité des stocks jusqu'à la livraison, est exécutée avec efficacité et précision. L'utilisation des outils de gestion de la relation client devient, dans ce contexte, un allié indispensable pour naviguer à travers les différentes phases de ce processus complexe tout en restant attentif aux besoins du client.

Ce suivi continu n'est pas seulement un engagement envers le client, mais aussi un moyen pour le conseiller de vente de marquer sa contribution au sein de l'unité marchande en minimisant les erreurs, en traitant rapidement les litiges, et en améliorant ainsi la satisfaction client. Une telle approche proactive permet de construire une relation de confiance avec le client, favorisant fidélisation et témoignages positifs, essentiels dans une ère où l'e-réputation d'une entreprise peut très souvent déterminer son succès.

Explication du cours

Lorsqu'un conseiller de vente s'engage à assurer le suivi de ses ventes, il doit maîtriser la gestion du processus de commande jusqu'à la livraison. Cette compétence nécessite une coordination étroite entre divers acteurs et étapes, et impacte directement la satisfaction et la fidélisation des clients.

Un aspect fondamental de cette gestion est la prise en charge de la commande client dès son établissement. Le conseiller doit s'assurer que les détails de la commande sont corrects, complets et conformes aux attentes du client. Cela implique d'avoir une bonne maîtrise des outils de gestion de la relation client (CRM) pour suivre et mettre à jour le statut de la commande. Par exemple, dans une entreprise de commerce électronique, un conseiller pourrait utiliser un CRM pour automatiser les mises à jour de statut que le client peut visualiser dans son compte en ligne.

Ensuite, le conseiller doit coordonner avec le service logistique pour s'assurer que la commande est traitée et préparée pour l'expédition dans les délais impartis. Cela requiert une communication fluide et proactive avec le département logistique, surtout dans les cas où la disponibilité des articles pourrait retarder l'expédition. Un bon exemple pourrait être l'industrie des meubles sur mesure, où le conseiller doit régulièrement interagir avec l'atelier pour confirmer le calendrier de production et informer le client de toute modification.

L'étape suivante est l'expédition de la commande. Le conseiller doit choisir la méthode d'expédition la plus appropriée en fonction des besoins et des préférences du client, tout en considérant les coûts et les délais. Dans le secteur du luxe, où la présentation et la ponctualité sont essentielles, le conseiller pourrait opter pour des solutions de livraison haut de gamme qui garantissent un service sans faille.

Enfin, après la livraison, il est crucial de vérifier la satisfaction du client et de traiter tout problème potentiel, comme des produits endommagés ou des erreurs de commande. Cela peut être géré via un suivi post-livraison, souvent sous la forme d'une enquête de satisfaction ou d'un appel téléphonique. Dans le secteur technologique, par exemple, une entreprise pourrait envoyer un email automatisé demandant un retour d'expérience quelques jours après la réception du produit.

Pour que ce processus soit efficace, il est essentiel de maintenir un historique détaillé des interactions et transactions du client. Cela permet non seulement de personnaliser le développement ultérieur de la relation client, mais aussi de réagir rapidement en cas de réclamations. La gestion de la relation client aidée par les technologies digitales joue ici un rôle crucial.

En somme, assurer le suivi de ses ventes nécessite une gestion rigoureuse et organisée, une excellente communication avec les différents acteurs impliqués, ainsi que l'utilisation optimale des outils numériques modernes pour garantir une expérience client positive de la commande à la livraison.

Glossaire des termes utilisés :

- **CRM (Customer Relationship Management)** : Logiciel destiné à gérer les interactions d'une entreprise avec ses clients actuels et potentiels, en stockant et analysant les données.
- **Logistique** : Processus de gestion des flux physiques et d'informations correspondantes tout au long de la chaîne d'approvisionnement, depuis la production jusqu'à la consommation finale.
- **Expédition** : Processus d'envoi de la marchandise depuis l'entrepôt jusqu'au client final.
- **Fidélisation du client** : Ensemble des pratiques pour maintenir les clients actuels et encourager leurs activités continues avec l'entreprise.
- **Enquête de satisfaction** : Outil de mesure du degré de satisfaction client par rapport aux produits ou services utilisés.

Étude de cas

Dans le cadre de la compétence « Assurer le suivi de ses ventes », examinons une étude de cas qui illustre l'application concrète de la gestion de la commande à la livraison.

Considérons une entreprise fictive, "TechShop", spécialisée dans la vente d'équipements électroniques en magasin et en ligne. Un client, Mme Dupont, a commandé un ordinateur portable en ligne, qui doit être livré à son domicile. L'objectif est d'assurer la satisfaction de Mme Dupont depuis la commande jusqu'à la livraison, tout en respectant les procédures internes de TechShop.

Étape 1 : Traitement de la commande

Dès que Mme Dupont passe sa commande, l'outil de gestion de la relation client (CRM) de TechShop enregistre les détails de la commande. En tant que conseiller de vente, vous vous assurez que toutes les informations (adresse de livraison, mode de paiement, produit sélectionné) sont correctement saisies et conformes aux attentes de Mme Dupont. Vous devrez vérifier que le produit est en stock et informer le client d'une estimation précise de la date de livraison.

Étape 2 : Communication proactive

Durant le traitement de la commande, vous prenez l'initiative de contacter Mme Dupont par courriel pour confirmer sa commande et la remercier de sa confiance. Vous incluez des informations sur le temps estimé de préparation et d'expédition. Dans cet échange, vous lui présentez la possibilité de suivre sa commande via un lien de suivi en temps réel.

Étape 3 : Préparation et expédition

TechShop prépare l'ordinateur portable pour l'expédition. Vous coordonnez avec l'équipe logistique pour garantir que la préparation se déroule sans accroc et selon un calendrier optimisé. Il est essentiel de s'assurer qu'aucun retard ou problème ne survient, impactant ainsi la date de livraison prévue.

Étape 4 : Suivi et gestion des incidents

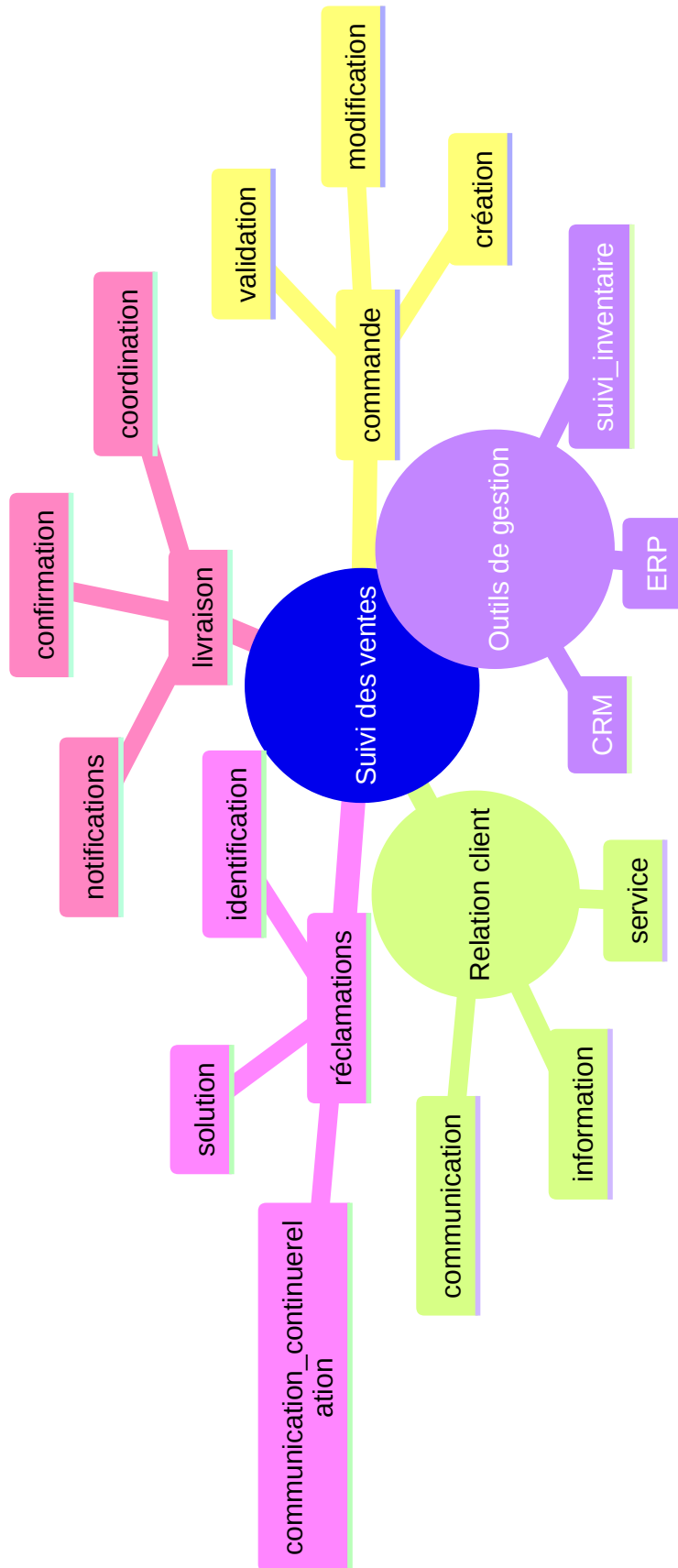
Mme Dupont reçoit une alerte indiquant que sa commande est en cours de livraison. Cependant, un problème de transport retarde la livraison d'un jour. Vous êtes immédiatement alerté par le système CRM et contactez Mme Dupont pour l'informer du retard, en vous excusant pour le désagrément et en lui offrant une compensation, comme un bon de réduction sur son prochain achat.

Étape 5 : Confirmation de livraison et suivi post-achat

Une fois la livraison effectuée, vous contactez Mme Dupont pour confirmer qu'elle a bien reçu son ordinateur portable et qu'il est en bon état. Vous l'encouragez à partager son avis et son expérience d'achat sur les réseaux sociaux, contribuant ainsi à l'e-réputation positive de TechShop.

Ce cas d'étude démontre l'importance d'un suivi rigoureux des ventes, où chaque étape - de la commande à la livraison - est gérée avec attention et proactivité. Il souligne comment la compétence "Assurer le suivi de ses ventes" s'applique dans un cadre pratique, tout en intégrant les notions de relation client et de gestion des incidents. L'interconnexion entre les différents services au sein de TechShop, grâce à un bon usage du CRM, montre comment une gestion efficace favorise la satisfaction et la fidélisation des clients.

À retenir



À retenir

Dans le processus de suivi des ventes, il est crucial pour le conseiller de vente de gérer efficacement chaque commande depuis sa création jusqu'à la livraison finale. Cela implique l'utilisation judicieuse des outils de gestion de la relation client pour surveiller l'avancement des commandes en cours. Une communication régulière avec le service administratif des ventes est essentielle pour assurer la fluidité du processus. En cas de réclamation ou de litige, le conseiller doit agir comme un médiateur compétent, proposant des solutions qui tiennent compte des attentes du client tout en respectant les intérêts de l'unité marchande. Le transfert des dossiers aux services compétents, si nécessaire, permet de maintenir un niveau de satisfaction client élevé et d'assurer le respect des engagements réciproques. En fin de compte, le suivi rigoureux des ventes contribue à renforcer la confiance des clients et à promouvoir la fidélité à long terme.

Conclusion

Dans le contexte professionnel actuel, la capacité à gérer efficacement le suivi des ventes, de la commande à la livraison, est cruciale pour maintenir la satisfaction client et pérenniser la relation commerciale. Un suivi méthodique permet non seulement d'assurer une livraison conforme aux attentes, mais aussi de gérer les réclamations dans les meilleures conditions, en proposant des solutions optimales pour l'ensemble des parties. En conséquence, la maîtrise de ce processus est essentielle pour toute personne visant à exceller dans le domaine de la vente et du conseil commercial. Adoptée avec rigueur, cette compétence contribue non seulement à la satisfaction immédiate des clients mais également à leur fidélisation à long terme.

Annexes

Sources Fiables pour la Gestion de Commande à la Livraison

1. Office Opro - Gestion des Commandes

- **Source** : <https://officeopro.com/services/gestion-achats/gestion-fournisseur/gestion-commande/>
- **Date** : 20 décembre 2024
- **Résumé** : Cet article détaille le processus de gestion des commandes, soulignant l'importance d'un suivi efficace pour optimiser la gestion et respecter les délais de livraison. Il explique les trois étapes clés de la gestion des commandes : la passation de la commande, l'exécution de la commande, et la gestion des stocks. L'article met en avant l'importance de la coordination entre les différentes étapes du processus d'exécution pour assurer une bonne gestion des commandes.

2. HubSpot - Maîtriser la Gestion de Commande

- **Source** : <https://blog.hubspot.fr/sales/gestion-de-commande>
- **Date** : 9 mai 2023
- **Résumé** : Cet article de HubSpot présente les étapes et outils clés pour maîtriser la gestion de commande. Il détaille le processus depuis le passage de la commande client jusqu'à la livraison, en passant par l'enregistrement de la commande, la mise à jour des données de stock, et la gestion des éventuels retours de produits. L'article souligne l'importance de coordonner les actions des équipes sur la base d'informations partagées pour assurer le bon déroulement du cycle de commande.

3. Mecalux - Comment Optimiser la Gestion des Commandes

- **Source** : <https://www.mecalux.fr/blog/gestion-des-commandes>
- **Date** : 24 août 2023
- **Résumé** : Cet article de Mecalux explique comment optimiser la gestion des commandes en englobant tous les processus logistiques depuis l'achat par le client jusqu'à la livraison. Il souligne l'importance de disposer des produits nécessaires au bon endroit, au bon moment, et en quantité suffisante. L'article met en avant la nécessité de coordonner parfaitement l'ensemble des processus de la chaîne d'approvisionnement pour réussir la gestion des commandes.

Ces sources offrent des informations précises et récentes sur la gestion de commande à la livraison, permettant aux étudiants de comprendre les processus et les étapes clés impliqués dans cette gestion.

<https://officeopro.com/services/gestion-achats/gestion-fournisseur/gestion-commande/>

<https://www.youtube.com/watch?v=XRWxi6Hf53I>

<https://blog.hubspot.fr/sales/gestion-de-commande>

<https://www.hets-fr.ch/media/4fnnuwi2/2024-2025-guide-r%C3%A9actionnel-hets-fr.pdf>

<https://www.mecalux.fr/blog/gestion-des-commandes>