

### COMMERCIAL & MARKETING MEME COMBAT !

(13)



#### QUEL PROJET ? QUELS ENJEUX ?

« Le département marketing et le département commercial travaillaient séparément, et poursuivait des objectifs divergents, parfois même contradictoires. Ce qui entraînait des tensions entre les « marketeurs » et les « forces de vente ».

Il s'agissait donc de cesser ce processus et de passer à une phase de coopération et de travail en commun étroit entre ces 2 départements, afin que nos clients de la grande Distribution – et par ricochet les consommateurs - puissent bénéficier des avancées significatives en matière de nouvelles gammes de nos produits ».

#### QUELS ETAIENT LES OBJECTIFS POURSUIVIS ?

- ◆ Supprimer les tensions entre les collaborateurs des 2 départements
- ◆ Apprendre à travailler ensemble, sur des actions et projets communs
- ◆ Consolider l'esprit de coopération nécessaire à tout travail en équipe.

#### EN QUOI A CONSISTE L'INTERVENTION DE Guy Uzan ?

- ◆ **Interviews d'un échantillon** des populations concernées
- ◆ **Mesure du niveau de maturité des équipes en présence**
- ◆ Détermination du « **STYLE SOCIAL** » de chaque participant afin de gagner en empathie et en adaptabilité permettant de mieux se connaître et faciliter le dialogue.
- ◆ **Animation** de sessions pour mieux se connaître, acquérir les clés pour établir la confiance entre les gens, aplanir les tensions
- ◆ **Organisation d'un grand jeu de coopération / compétition**
- ◆ Animation de **séances de travail** pour construire un projet commun d'Equipe (Marketing & Commercial)
- ◆ **Suivi régulier** du niveau de fonctionnement du groupe constitué

## TEMOIGNAGE ...

---

### **QUELS ONT ETE LES RESULTATS OBTENUS ?**

- ◆ *Inespérés, en 6 mois : création d'une structure commune, que chaque membre s'est approprié. et Consensus sur un nom : MARCO (MARKeting / COMmercial)*
- ◆ *Direction bicéphale impliquant une communion entre les deux dirigeants, source d'exemple pour le groupe.*
- ◆ *Maillage des compétences de la structure intermédiaire par création de binôme sur chaque marque : couple Chef de groupe/Comptes-clefs et Chef de produit/Directeur Régional.*
- ◆ *Plus de bon-sens dans les décisions stratégiques et dans l'action opérationnelle, permettant une plus grande réussite dans la réalisation des objectifs.*
- ◆ *Des clients mieux pris en compte, car au centre des discussions des membres des 2 équipes*

### **Guy UZAN A DEVELOPPE QUEL TYPE DE PROFESSIONNALISME ?**

- ◆ *Compréhension rapide des enjeux et objectifs de l'opération*
- ◆ *Préparation minutieuse des sessions de formations et des séances de travail*
- ◆ *Efficacité, humour, écoute approfondie, forte capacité à saisir l'essentiel de l'accessoire*
- ◆ *Ecoute et disponibilité, même hors session, pour chacun des acteurs du groupe.*
- ◆ *Source de savoirs et de conseils variés et pertinents*

### **VIVEMENT RECOMMANDE POUR .....**

*... des équipes qui travaillent séparément alors qu'elles devraient travailler ensemble*

*... des équipes en cours de réorganisation et qui souhaitent accélérer leur niveau d'efficacité du travail en équipe*

**Ex-Directeur Commercial  
RAMBOL France**



**Président Directeur Général  
SA Daniel CLOUET**

**Jérôme CASSAR**