

Entrevue des agents potentiels

Les préparatifs de l'entrevue avec les quelques agents commerciaux qui restent sur votre liste sont maintenant terminés. Le but principal de l'entrevue est de confirmer les renseignements que vous avez déjà glanés et d'approfondir les points non touchés dans la correspondance.

La façon dont chacun de vous se comportera sera le gage du succès et de la durée de vos relations. N'oubliez pas qu'il ne faut pas laisser à l'agent l'entière responsabilité du développement d'un nouveau territoire; vous êtes en présence d'un associé avec qui vous voudrez communiquer fréquemment.

Les chefs du personnel expérimentés des grandes sociétés ont appris à écouter. Ils ont perfectionné leurs techniques d'entrevue afin d'amener les employés potentiels à développer leurs réponses et à dévoiler une plus grande partie d'eux-mêmes que ce qu'une simple réponse laisserait paraître. Évitez de poser des questions qui amèneront l'agent à donner la réponse qu'ils pensent que vous voulez entendre.

Pour vous aider à évaluer objectivement les résultats de l'ensemble des entrevues, posez les mêmes questions à chaque agent et notez les réponses.

Les « Directives relatives à l'entrevue d'un fournisseur avec un agent commercial », reproduites ci-dessous, ne devraient servir qu'aux fins de référence. Certaines questions seront sans intérêt pour vous.

Directives relatives à l'entrevue d'un fournisseur avec un agent commercial*

Face à son importance capitale pour la réussite de votre programme de vente, le choix d'un agent doit reposer sur des renseignements complets comme seuls on peut en obtenir à la suite d'un processus de sélection et d'une entrevue personnelle approfondie.

On a tendance à voir les agents commerciaux comme un groupe homogène, mais il existe de grandes variations dans chaque secteur industriel : entreprise familiale, société comptant une dizaine de vendeurs pour un secteur particulier ou firme dont les 10 bureaux et les 30 vendeurs concentrent leurs efforts dans une région métropolitaine, etc. Chaque type a ses avantages et vos efforts seront couronnés de succès si vous n'abandonnez pas trop vite les recherches.

Le processus de sélection préliminaire devrait vous conduire :

- 1) à faire correspondre généralement le territoire prospecté par l'agent et la région que vous désirez exploiter. Toutefois, il n'est pas essentiel que les deux se confondent. L'agent pourrait accepter certains ajustements en fonction de vos besoins, en étendant ou en réduisant les limites de son territoire;
- 2) à examiner les produits dans lesquels l'agent se spécialise et(ou) le secteur qu'il dessert pour déterminer s'il y a compatibilité avec le rôle que vous comptez jouer sur le marché;
- 3) à mener une enquête sur la réputation de l'agent et son efficacité de vendeur au sein de l'industrie.

Compte tenu de l'éloignement, il est possible qu'une partie de ce travail se fasse au téléphone. Dans ce cas, ne jugez pas la valeur d'un candidat au son de sa voix ou à la rapidité avec laquelle il vous dit ce que vous désirez entendre. Ne vous servez de l'appel que pour rassembler des renseignements factuels. Pour traiter équitablement tous les agents et avoir une base de comparaison suffisante, questionnez tous les agents de la même façon.

Peu importe la méthode de sélection retenue, vous voudrez sans doute aborder les quelques points qui suivent. Il suffit d'adapter la liste en fonction de ses besoins, en ajoutant ou en supprimant certains points :

Points importants à examiner avec un agent éventuel

- I. **Taille de l'agence**
 - A. Combien de vendeurs comptez-vous sur le terrain?
 - B. Faites-vous affaire avec des sous-traitants?
 - C. Le propriétaire s'occupe-t-il activement de la vente?
 - D. Combien y a-t-il d'employés de bureau?
 - E. Décrivez les plans d'expansion à long terme.
 - F. Seriez-vous prêt à étendre vos activités pour répondre aux besoins d'un nouveau client?
 - G. Dans l'affirmative, de quelle façon?
 - H. L'agence est-elle une société, une association ou une entreprise à propriétaire unique?
 - I. Combien de bureaux compte-t-elle?
 - J. Envisagez-vous d'ouvrir de nouveaux bureaux?
- II. **Croissance**
 - A. Depuis combien de temps l'agence existe-t-elle?
 - B. Décrivez la progression des ventes depuis sa création.
 - C. Quel est le chiffre d'affaires actuel?
 - D. Quel est le chiffre d'affaires par représentant extérieur?
 - E. Quels sont vos objectifs de vente pour l'an prochain?
- III. **Territoire**
 - A. Décrivez le territoire couvert par l'agence.
 - B. Seriez-vous prêt à l'agrandir?
 - C. Dans l'affirmative, de quelle manière?
- IV. **Produits**
 - A. Combien de gammes de produits représentez-vous?
 - B. Les gammes sont-elles compatibles avec la nôtre?
 - C. Pensez-vous qu'il pourrait y avoir conflit ou concurrence?
 - D. Seriez-vous prêt à changer de marché?
 - E. Dans l'affirmative, de quelle façon vous occuperiez-vous de la nouvelle gamme de produits?
 - F. Quel devrait être le chiffre d'affaires minimum pour que vous acceptiez de représenter le produit?
- V. **Installations et équipement**
 - A. Avez-vous un entrepôt?
 - B. Dans l'affirmative, de quelle taille?
 - C. Comment contrôlez-vous les stocks?
 - D. Êtes-vous informatisé?
 - E. Dans l'affirmative, décrivez les installations.
 - F. Quels moyens de communications utilisez-vous (p. ex. TWX, télex, watts, etc.)?
- VI. **Politiques**
 - A. Décrivez les avantages sociaux, les indemnités et les programmes de formation dont bénéficie le personnel des ventes.
 - B. Poursuivez-vous un programme spécial d'encouragement ou d'intéressement?
 - C. Comment contrôlez-vous le rendement?
 1. Volume des ventes
 2. Efficacité
 3. Degré de satisfaction
 4. Réputation
 5. Rapports
 - D. Seriez-vous prêts, vous ou vos vendeurs, à assister à des ateliers à l'usine?
 - E. Dans l'affirmative, quels frais vous attendriez-vous à voir assumer par le fabricant?
 - F. Quelle est votre politique en ce qui concerne les visites par les employés du fabricant?
- VII. **Clients**
 - A. Indiquez le type de clients avec lesquels vous faites présentement affaire.
 - B. Leurs produits sont-ils compatibles avec les nôtres?
 - C. Quels sont vos principaux clients?