

Neodal.

Des commerciaux clé en main

● **MANAGEMENT** Néodal surfe sur le concept de l'externalisation et propose aux entreprises une solution commerciale clé en main.

Lorsqu'il veut recruter un commercial, le patron d'une PME se trouve généralement face à un dilemme. Soit il embauche un candidat peu aguerri, qu'il devra encadrer de près. Soit il engage un vendeur chevronné, aux exigences salariales en adéquation avec son expérience. « Dans les deux cas, il devra les former aux produits de l'entreprise, leur fournir un outil d'aide à la vente, et les aider à constituer leur fichier prospect. Il devra également leur procurer une voiture, un mobile et un ordinateur portable. Au final, le commercial ne sera pas rentable durant les six premiers mois », indique Michel Rodriguez.

Rompu aux métiers du management pluridisciplinaire, et plus particulièrement dans le déploiement de stratégies commerciales, il a en effet créé Neodeal, « une entreprise Business as a Service, spécialisée dans le B to B ». En clair, sa société propose un service d'externalisation de la fonction commerciale. Sa cible : les PME qui réalisent un chiffre d'affaires entre 3 et 20 M€ et qui sont peu ou pas structurées. « Nous jouons le rôle d'une direction commerciale



Neodeal met à disposition de ses clients une cellule de téléprospection composée de cinq opérateurs formés et qualifiés.

intégrée, en proposant une solution clé en main, adaptée aux contraintes de nos clients », explique Michel Rodriguez. Concrètement, Neodeal met à disposition une équipe de téléprospection, qui appelle les prospects au nom du client. Ils sont chargés de prendre des rendez-vous pour les commerciaux maison, avec un argumentaire approprié et un brief très précis. Les uns comme les autres sont encadrés et suivis, et ils bénéficient

d'une formation « pour faire corps avec l'entreprise, sa stratégie et ses marchés », souligne le consultant qui a installé Neodeal dans les locaux d'Implacation, le centre d'affaires qu'il a créé en 2003 sur la zone Athélia IV, à La Ciotat. « Parfois, nous encourageons aussi nos clients à constituer des outils d'aide à la vente, plaquette commerciale ou site web », ajoute Michel Rodriguez qui désire « travailler dans la

durée » avec les PME qui font appel à lui pour doper leurs ventes.

Plonger en ayant pied

Il a mis en place un système d'abonnement comparable aux contrats de téléphonie mobile. « Nos clients versent un fixe tous les mois, et nous prenons un pourcentage sur les ventes », précise-t-il, en soulignant que la durée minimale d'engagement est de six mois. « En dessous, cela n'a pas d'intérêt, car il faut se donner du temps pour développer une notoriété ». Conscient de la crainte que peuvent susciter ces six mois, Michel Rodriguez fait dans la métaphore : « Développer un portefeuille client prend du temps et coûte de l'argent. Pour apprendre à nager, il faut plonger. Et compte tenu de nos tarifs, nos clients ont toujours pied ».

Geoffrey Dirat

NEODEAL

La Ciotat
5 salariés
CA 2010 : 200.000€
04 86 98 70 03
www.neodeal.fr