

**Pascal Duhén**, directeur général (Dexter)

**« Je fais en sorte que le vendeur fixe son objectif. Ça le responsabilise »**

**« JE PROCÈDE À UNE ANALYSE** de chacun des secteurs de mes vendeurs : nombre de clients acquis, évolution du chiffre d'affaires, évolution de la clientèle... Je livre à chacun sous format Excel un document de deux pages objectif, neutre, la photo de la situation dans leur secteur associée à leurs résultats. Je compare aussi les performances de mes vendeurs à secteur comparable pour affiner mon approche et crédibiliser mes remarques. En fonction de ces résultats, du potentiel du sec-



PHOTO : HERVE BOUTET POUR L'ENTREPRISE

**PASCAL DUHEN** (au centre) amène ses vendeurs à fixer eux-mêmes leurs objectifs pour mieux se les approprier.

teur et de la stratégie commerciale, je propose au vendeur un objectif. Par exemple : "Cette année, si tu réalises 100, tu toucheras une prime de 10." S'il me dit : "Je pense que je ne ferai que 98" avec des arguments, je réponds : "D'accord, mais tu ne toucheras que 5." Au final, c'est toujours le vendeur qui décide de son objectif. Il se l'approprie plus facilement car il en est responsable. Quand le mar-

ché se durcit, j'assouplis le système pour qu'il reste motivant. Les marches à gravir sont moins hautes. » ●

## **DEXTER**

**ACTIVITÉ** : prothèses dentaires

**LOCALISATION** : Argenteuil (95)

**EFFECTIFS** : 35 vendeurs

**CHIFFRE D'AFFAIRES 2005** : 9 millions d'euros