



Le pari réussi de l'agilité des outils dédiés à la FDV

David Covin – Directeur Commercial



Le Groupe HAVEA

Qui sommes-nous?



- Un groupe Historique (1970) basé en Vendée (Montaigu)
- Un ADN « santé naturelle » & « Omnicanalité »
- 1 100 Collaborateurs en 2024 (450 en 2019)

VENDEE

R&D, Production, Logistique

500 Personnes

PARIS

Stratégie, Marketing, Finance

150 Personnes

FRANCE

Equipes Commerciales

350 Personnes

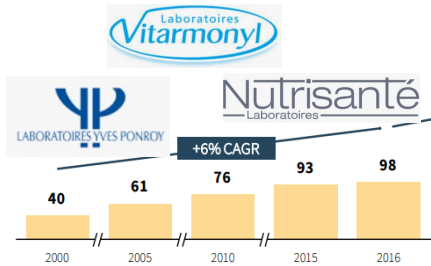
INTERNATIONAL

Export

100 Personnes

Le Group HAVEA

Qui sommes-nous?



ARAGAN.



DENSMORE
LABORATOIRES



BIOCYTE



Biolane



Vitavea



bears benefits



- Depuis 2017 orientation croissance organique & Externe
- 2019 Création du nom HAVEA
- Organisation autour de 6 marques fortes (omnicanal)

- **Chaque marque a son ADN**
 - Sell out poussé au PV
 - Visite médicale
 - Retail grande conso
 - Conseil
 - Trade linéaires et GP
 - Digital

Le Groupe HAVEA

Nos Ambitions !

2

**POURSUIVRE LA
CROISSANCE
BP 2028**

600M€

1

**DEVENIR LE LEADER DE LA
SANTÉ NATURELLE EN
EUROPE**

Havea

3

**GARANTIR UNE
CROISSANCE EQUILIBREE
« Organique / M&A »**

**France & International &
Digital**

Pourquoi Changer?

Homogénéiser pour mieux performer



Une Entreprise en pleine expansion et en pleine Transformation

Des évolutions IT interne (*Changement ERP*)
Standardiser les outils par Business Units



Un besoin d'expertise marché

S'appuyer sur des standards « métier »
Gérer une politique commerciale (*9000 clients, Groupements...*)



Des besoins métiers différents (*Marques*)

Différents modèles de sell out
(*GP, Animations, Visite Médicale, BRI...etc...*)



Nécessité de Piloter les Résultats (*Quali & Quanti*)

Faire gagner en autonomie et en efficacité commerciale
Intégrer les Kpi's et les requêtes au CRM



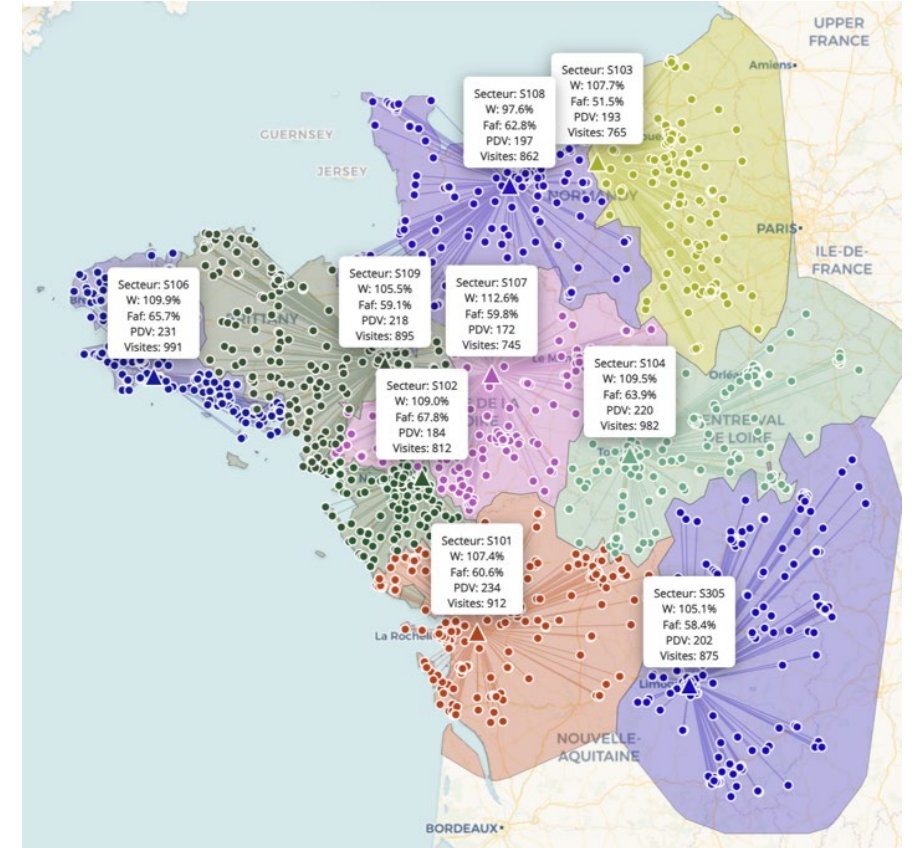
Des Attentes des collaborateurs

Poursuivre la montée en compétence et être « facilitateur »
=> L'un de nos piliers de notre croissance

De l'organisation au pilotage

Connaitre le potentiel de chacune de nos ressources

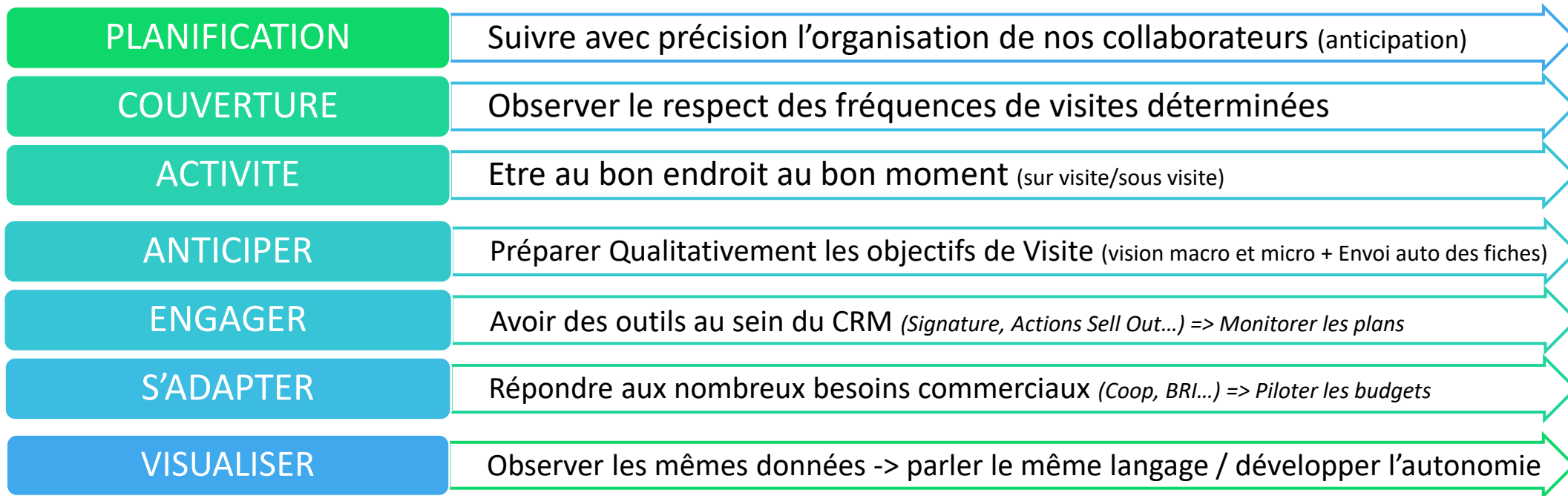
- Données incompressibles
Temps de travail => Charge de travail
- Définition de la fréquence sur cible par catégorie clients
Nombre de contacts
- Sizing des secteurs en charge de travail
Habitation
Clientélisme
Fréquence
Routine
- Assurer le suivi quali et la bonne réalisation



Transformer l'outil de saisie de cde....

Nous attendons tous de nos équipes commerciales qu'ils puissent comprendre, respecter, s'approprier et piloter :
LES FACTEURS CLES DE SUCCES

NOS ATTENDUS / 3 AXES (préparation, actions, analyses)



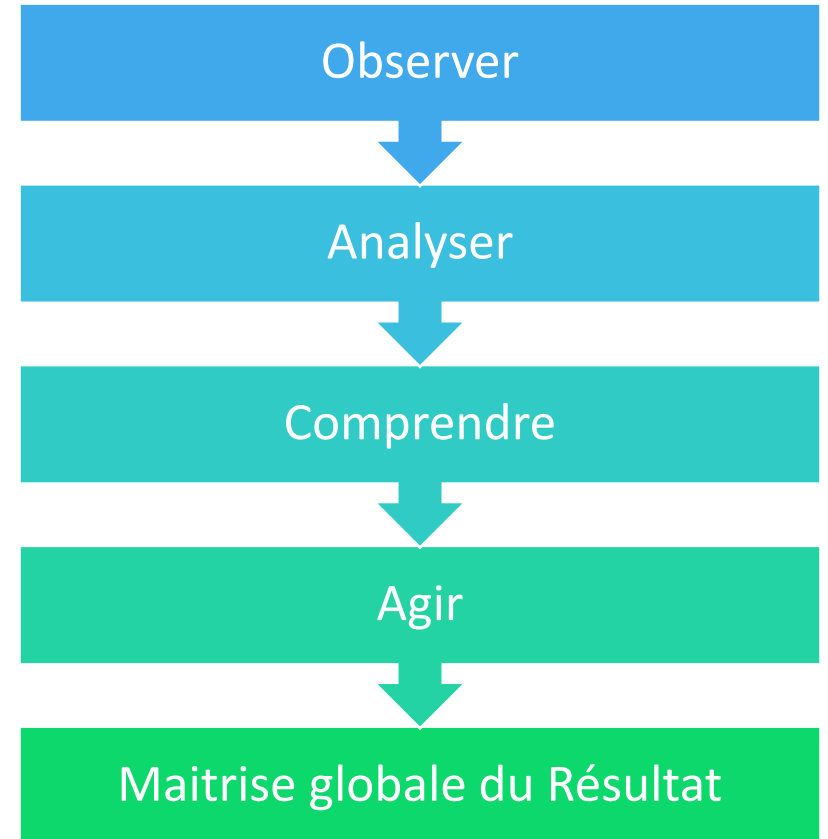
P
E
R
F
O
R
M
A
N
C
E

SYNTHESE

Objectif par le concret

- Manager autrement que par le R/O, conduire vers....
- Faciliter la circulation d'information et requête au sein des regions
(ex : création de requête unique qui redescend sectoriellement au DP)
- Observer et diagnostiquer finement les axes d'amélioration
- Déterminer les plans d'actions adaptés à chacun
- Rendre le collaborateur autonome dans la vision de son secteur
- Uniformiser les indicateurs de performance et du Succès

AVOIR UNE SEULE ET MÊME LECTURE



« Notre » Déploiement Open Pharma : WIP

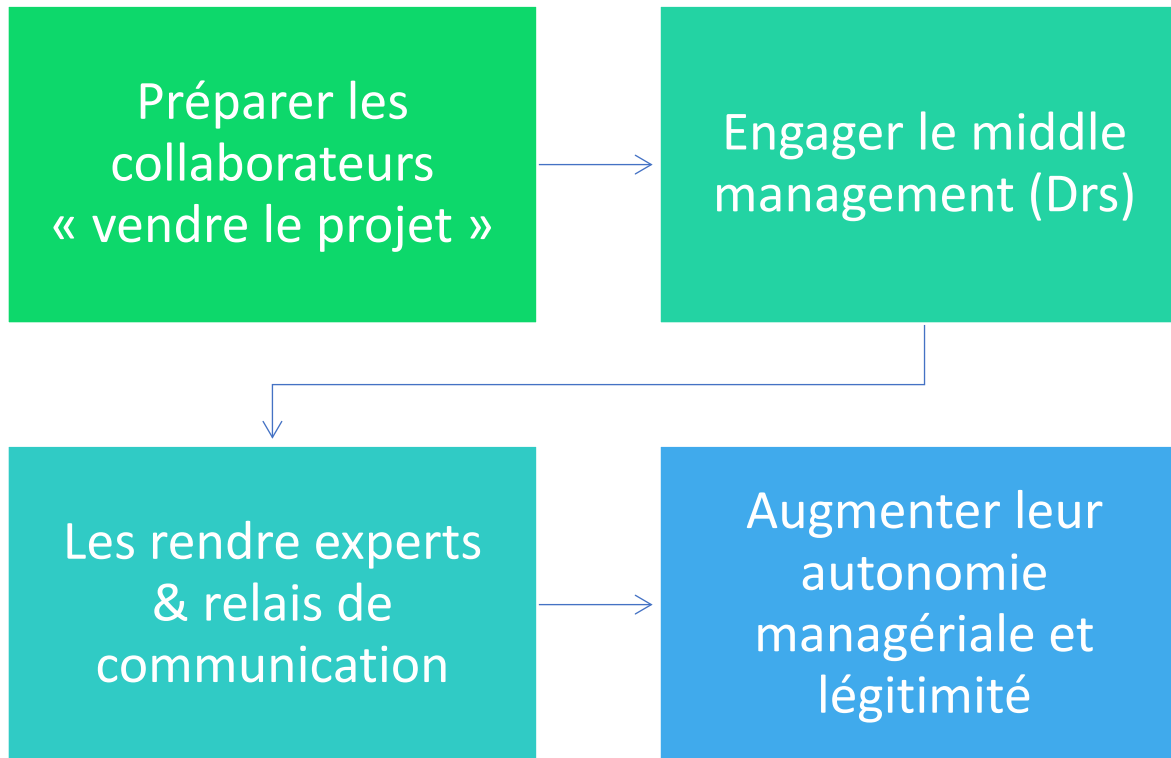


Engager, structurer et faire preuve d'Agilité

- Déterminer le cahier des charges nécessaires avec les besoins de l'ensemble du Groupe
 - Par BU & spécificités métiers (75% des BU à date)
- Trouver le partenaire qui sera responsable de notre accompagnement
 - Obligation d'avoir une grande agilité & disponibilité
- Communiquer positivement et transmettre le besoin opérationnel afin qu'il se traduise au sein de la solution
 - Retroplanning & Work shop +++
 - **Fréquence Hebdo puis quotidien**
- Orchestrer la disponibilité des équipes internes (IT, DSI....)
 - Favoriser les relations transverse métiers
 - Avoir une data « qualifiée » fiable
 - 1 seul « RAPPORTEUR » en chef de Projet qui orchestre le plan
- Tester, Tester, Tester et s'investir à tous les étages de la hiérarchie de l'entreprise et des réseaux
 - Tester les flux en situation métier
 - Implication des métiers (2 DP, 4 Drs, 2 ADV + services support)

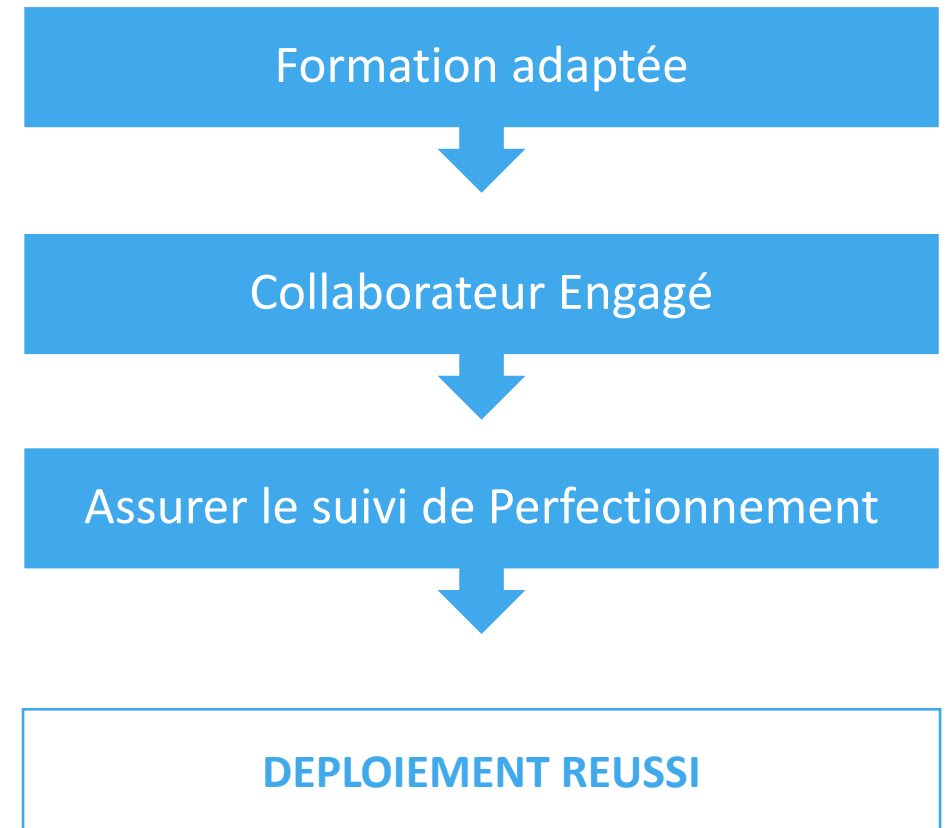
Créer un cercle vertueux et engager

La conduite du Changement, étape fondamentale de la réussite



Lancement FDV : contrainte de timing

½ journée en séminaire



Havea

Ce que je retiens du lancement...

« Ne pas faire comme pour des travaux chez soi... »

S'assurer des finitions dans le cahier des charges avant le kick off »