Motiver et accompagner les conseillers de Brin d'Oustau

Brin d'Oustau, SAS de 12 salariés installée à Manosque (Alpes-de-Haute-Provence), fabrique des produits d'entretien écologiques (lessives, nettoyants, recharges en vrac). Elle les vend lors de démonstrations à domicile animées par 60 conseillers, vendeurs à domicile indépendants payés à la commission.

Clémence Arnoux, animatrice du réseau, veut réduire les départs et aider chaque conseiller à progresser : causes des départs, objectifs, rémunération, entretiens et tableau de bord.

Pour chaque situation, choisissez la bonne réponse.

L'enquête menée auprès des 19 conseillers partis en 2026 cite surtout des commissions versées avec trois semaines de retard et des livraisons incomplètes. Selon Herzberg, comment analyser ces causes ?

☐ Ce sont des facteurs moteurs : payer à l'heure et livrer complet suffira à motiver les conseillers et à leur faire vendre davantage
☐ Ce sont des facteurs d'hygiène : leur défaillance fait partir, il faut les corriger, mais leur bonne qualité ne motivera pas à elle seule
☐ Elles relèvent du choix personnel de conseillers indépendants, libres d'arrêter quand ils le souhaitent : l'entreprise ne peut pas agir sur ces départs

Justification :

Parmi ces objectifs envisagés pour les entretiens de rentrée, lesquels sont formulés de façon SMART ? (plusieurs réponses)

☐ Être plus présent sur le terrain cet hiver, en animant davantage de démonstrations et en relançant plus souvent ses clients
☐ Porter son panier moyen de 38 € à 44 € TTC d'ici le 31 décembre en proposant la recharge en vrac à chaque acheteur
☐ Obtenir au moins une nouvelle démonstration programmée (rebond) à chacune de ses six prochaines démonstrations
☐ Devenir le meilleur conseiller de la région en proposant la recharge en vrac et les nouveaux produits à chaque client

Justification :

Gaëlle, conseillère depuis huit mois, anime trois démonstrations par mois et souhaite financer un séjour en famille l'été prochain. Quel objectif lui proposer ?

☐ Pas d'objectif chiffré : une vendeuse indépendante ne peut pas en recevoir, elle organise seule son activité et le rythme qui convient à son projet
☐ Huit démonstrations par mois, l'objectif fixé pour toute l'équipe, afin qu'elle progresse au même rythme que les autres
☐ Quatre démonstrations par mois de janvier à juin, à partir de ses résultats récents et de son projet, avec un point de suivi fin février

Justification :

Un barème par paliers est à l'étude : 19 % du chiffre d'affaires HT mensuel s'il est inférieur à 1 200 €, 23 % à partir de 1 200 €. Lucie a réalisé 1 180 € en octobre ; avec une commande de 60 € de plus, elle aurait atteint 1 240 €. Que montre ce cas ?

☐ Un effet de seuil : 60 € de ventes en plus feraient passer la commission de 224,20 € à 285,20 € ; un barème par tranches aux mêmes taux l'éviterait
☐ Un barème équitable : 60 € de ventes en plus feraient passer la commission de 224,20 € à 237,20 €, soit 13 € de plus ; plus on vend, plus on gagne
☐ Un manque de motivation : 60 € de ventes en plus ne rapporteraient à Lucie que 60 × 19 % = 11,40 € ; il faudrait relever le taux du premier palier

Justification :

Sébastien animait six démonstrations par mois au premier semestre, deux seulement en septembre. Comment Clémence doit-elle conduire l'entretien ?

☐ Lui rappeler par e-mail qu'un minimum de quatre démonstrations par mois est attendu de chaque conseiller, faute de quoi il sera retiré du réseau à la fin du trimestre
☐ Préparer son historique chiffré, commencer par ses réussites, poser des questions ouvertes, reformuler, chercher avec lui des solutions qu'il accepte et fixer un point de suivi
☐ Ne pas le convoquer : un vendeur indépendant est libre de réduire son activité, et un entretien risquerait de le froisser ; mieux vaut attendre qu'il revienne de lui-même

Justification :

Tableau de bord du troisième trimestre : Nadège a animé 11 démonstrations devant 99 invités, dont 44 ont acheté, pour un panier moyen de 52 € TTC. Moyennes du réseau : 8 invités par démonstration, 68 % d'acheteurs, panier moyen de 45 € TTC. Quel axe de progrès lui proposer en priorité ?

☐ Inviter davantage de personnes à chaque démonstration, pour toucher plus d'acheteurs potentiels
☐ Augmenter son panier moyen, en proposant des produits complémentaires à chaque acheteur
☐ Améliorer son taux d'acheteurs, en travaillant la démonstration et la conclusion de la vente

Justification :

Clémence veut ajouter au tableau de bord un indicateur qui évite de récompenser des ventes qui ne durent pas. Lequel ?

☐ Le chiffre d'affaires du mois, comparé à celui du même mois de l'année précédente
☐ Le taux de rétractation des clients et le nombre de réclamations
☐ Le nombre de démonstrations animées chaque mois par le conseiller

Justification :

Pour fidéliser les conseillers confirmés (plus de deux ans d'ancienneté), quelle action est la plus motivante ?

☐ Leur confier le rôle de parrain ou de marraine d'une recrue et les mettre à l'honneur lors de la réunion trimestrielle
☐ Leur fixer un objectif obligatoire de deux recrues par trimestre, pour développer le réseau
☐ Leur verser les commissions à la date prévue chaque mois et livrer leurs commandes complètes, pour leur donner envie de vendre davantage

Justification :