ACTION commerciale
LE MAGAZINE DU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL
160 bis, rue de Paris
92645 Boulogne Billancourt Cedex - 01 46 99 93 93

DEC 13/JAN 14
Mensuel

Surface approx. (cm²) : 301
N° de page : 24

Kalidea Pulse transforme les commerciaux de **Nexity** en Experts

Pour aider Nexity à vendre plus de biens immobiliers, Kalidea Pulse favorise le parrainage et les relances téléphoniques via un challenge combinant objectifs quali et quanti.

> Dans un marché de l'immobilier en pleine crise, Nexity n'est pas épargné par la baisse des ventes (–20 % en 2012)… Il y avait donc urgence pour le promoteur à renflouer son portefeuille clients. C'est pour résoudre cette problématique délicate qu'il fait appel à Kalidea Pulse pour remobiliser ses 230 commerciaux et regagner des parts de marché. Pour cela, l'agence imagine un challenge destiné à développer le parrainage entre clients et encourager les relances téléphoniques. Un véritable pari : la force de vente de Nexity est peu familière avec ce type d'opération.

Organisé sur le thème des *Experts* – un clin d'œil à la série télévisée – pour valoriser la compétence des commerciaux, le challenge répond à une mécanique simple. Chaque vente ou contact parrainage permet de cumuler des points à dépenser dans une vitrine de cadeaux. Mais la particularité est que les participants sont aussi incentivés sur des objectifs qualitatifs : le tournage de vidéos ou la participation à des serious games leur permettent d'augmenter encore leur capital de points. Par ailleurs, des boosters permettent de relancer les vendeurs pendant les neuf mois que dure l'opération.

L'effort est donc porté sur la communication via une vidéo teaser, des relances SMS, des e-mailings. *« Les commerciaux étaient très motivés par l'idée de se challenger entre eux grâce aux indicateurs reçus par e-mail »*, remarque Anne de Villemandy-Kerzan, directrice marketing et communication de Kalidea Pulse.

Les résultats sont au rendez-vous : à moins d'une semaine de la clôture du challenge, les ventes sont déjà multipliées par six ! Une belle performance qui permet à l'agence de rafler l'or. Autres indicateurs prometteurs : un nombre de contacts en hausse de 41 % et des ventes en croissance de 22 % entre le premier et le troisième trimestre.

Amélie Moynot

Cyril Capel (CCLD Recrutement), à gauche, remettant le Trophée or à l'équipe de Kalidea Pulse.

Ce qui a séduit le jury

- **Une opération associant à la fois des objectifs quanti et quali.**
- **Le développement d'une émulation collective autour des ventes via le training vidéo.**
- **Une communication multicanal, notamment avec des relances SMS qui ont permis de rester en contact avec les participants en perte de vitesse.**

Également sur le podium

Trophée d'argent : L'Agent X pour Prévoir – Vie groupe Prévoir

Pendant un an, l'Agent X a mis les commerciaux de Prévoir dans la peau de joueurs de poker via un challenge. Le but de cette opération au long cours était de renforcer la performance commerciale. Le management a été impliqué, notamment via une vidéo décalée. Résultat : le chiffre d'affaires a augmenté de 6 %.

Trophée de bronze : Havas Motivation pour Chevrolet

Pour aider Chevrolet à développer les ventes de la Cruze, Havas Motivation a orchestré un challenge impliquant les commerciaux et les chefs de région. Son autre point fort : des cadeaux personnalisables, même hors enseignes partenaires. L'opération a contribué à des résultats de vente record en 2012 pour Chevrolet en France.

Eléments de recherche : Toutes citations : - GROUPE KALIDEA : prestataire de services pour les comités d'entreprise et salariés - KALIDEA CE : prestataire de services pour les comités d'entreprise et salariés - KALIDEA PME : société de ...