

# La force de vente Lexmark sur le terrain de la formation à distance !

## EN BREF



### L'enjeu

Assurer la montée en compétences de l'ensemble des équipes commerciales – managers et commerciaux – dans l'optique d'une évolution de l'offre tournée vers la vente de solutions, en adéquation avec la stratégie PMM de l'entreprise. Développer la dimension conseil de la fonction commerciale en direction de la clientèle.

### Lexmark

Lexmark conçoit, fabrique et commercialise des solutions et des produits d'impression – imprimantes, multifonctions laser ou jet d'encre ainsi que leurs consommables et services associés – destinés aux entreprises et aux particuliers dans 150 pays. Fondé en 1991, Lexmark International Inc. a réalisé un chiffre d'affaires de 5,1 milliards de dollars en 2006.



► Face aux profondes mutations du marché de l'impression, Lexmark a choisi d'adopter une stratégie commerciale résolument orientée conseil. Ceci se traduit pour ses équipes commerciales par une nécessaire montée en compétences que l'entreprise a décidé d'accompagner par un programme de formation novateur.

**D**epuis le début des années 2000, le marché de l'impression sur le segment des grands comptes fait face à d'importants bouleversements : effondrement du prix des imprimantes, saturation du marché, déplacement du marché vers l'entrée de gamme, élargissement du champ concurrentiel avec les copieurs numériques et les produits multifonctions...

Pour répondre à cette nouvelle donne, Lexmark met en avant l'approche PMM "Print, Move & Manage". Il s'agit pour la marque de faire évoluer son positionnement d'une offre de "produits" vers une offre de "solutions".

Lexmark propose à ses clients un accompagnement dans la rationalisation du circuit d'impression et les aide à transmettre les informations de manière plus sûre et plus rapide, et ainsi à mieux gérer les coûts et les infrastructures, qu'il s'agisse d'une assistance sur un processus localisé ou d'une opti-

misation complète des moyens et processus d'impression à l'échelle de l'entreprise.

### Un dispositif terrain en lien avec les objectifs business

En 2006, Artur Marcinkiewicz, Education Manager pour la zone Europe Moyen-Orient Afrique de Lexmark, a décidé, fort de ce constat, de mettre en œuvre un dispositif de formation très opérationnel associant formation à distance et ateliers de travail en salle.

Les objectifs visés sont :

- Accélérer l'appropriation des techniques, grâce à la mise en place d'un parcours de formation à distance, encadré par les managers.
- Mettre les participants dans un cadre d'apprentissage dynamique et stimulant au travers de programmes individualisés.

*“Grâce à CrossKnowledge, nous avons mis en place un programme de formation novateur qui nous a permis de déployer au plus prêt de la force de vente et dans des temps records la nouvelle stratégie de Lexmark”*

**Artur Marcinkiewicz**  
Education Manager Europe Moyen-Orient Afrique

Lancé auprès de 250 managers et commerciaux sur la zone Europe, ce programme a déjà permis l'adhésion rapide de toutes les équipes commerciales à la stratégie PMM tout en assurant leur montée en compétences.

Pour les managers, un programme a été spécifiquement développé autour de la conduite du changement – en prise directe avec les enjeux business –, de l'animation d'équipe, du coaching et de la motivation des collaborateurs.

Le programme dédié aux commerciaux met, quant à lui, l'accent sur des thèmes tels que l'aisance relationnelle, l'efficacité personnelle, le management de projet, la capacité à négocier, et sur une connaissance approfondie des mécanismes financiers de l'entreprise.

À l'issue des sessions de formation à distance, des ateliers de travail en salle sont organisés dans le pays et dans la langue du collaborateur. Avec des groupes homogénéisés grâce à la formation à distance en prérequis, ces ateliers mettent l'accent sur les jeux de rôle filmés et la mise en situation au travers de cas clients réels. Un coaching individualisé proposé aux commerciaux à la suite de ces exercices de mise en application vient parfaire le dispositif.

Avec une réduction du temps d'immobilisation des commerciaux, l'individualisation des formations, l'augmentation de leur efficacité par un ancrage dans la durée et la démonstration du ROI par la mesure des progrès, Artur Marcinkiewicz se félicite des excellents résultats obtenus. La force de vente a en effet suivi en moyenne dix sessions de formation à distance avec un taux de connexion de 94 % et un taux de complétion des sessions de formation quasiment équivalent.

**Conduire le changement en continu**

Animé par une volonté de développement permanent des compétences,

Lexmark poursuit son programme de formation à distance sur plusieurs années, dans une logique d'approfondissement des connaissances et des pratiques.

Objectif : harmoniser et unifier durablement les compétences des collaborateurs dans tous les pays où Lexmark est présent, dans un souci d'alignement des pratiques et pour une meilleure appropriation de la stratégie globale de l'entreprise.

Un dispositif sur-mesure, une forte implication managériale et un suivi au plus près des équipes formées... La consolidation des compétences tient son pari chez Lexmark. ● ● ●



Page d'accueil du portail e-learning réalisé pour la force de vente Lexmark