



THALES SERVICES S.A.S DIRECTION COMMERCIALE (DC)

MISSION ET ORGANISATION

TABLE DES MATIERES

1.	PRESENTATION DU DOCUMENT.....	3
1.1	OBJET.....	3
1.2	DOCUMENTS APPLICABLES.....	3
1.3	ACRONYMES.....	3
2.	MISSION ET ORGANISATION DE LA DIRECTION COMMERCIALE.....	4
2.1	MISSION ET RESPONSABILITES.....	4
2.2	ORGANIGRAMME.....	5
3.	ORGANISATION DE LA DC.....	6
3.1	DIRECTIONS COMMERCIALES REGIONALES.....	6
3.2	DIRECTIONS MARCHE.....	7
3.3	OPERATIONS COMMERCIALES.....	7
3.4	SUPPORT ET METHODES COMMERCIALES.....	8
3.5	PARTENARIATS & ADVISORS.....	8
3.6	MARKETING OPERATIONNEL.....	9
3.7	SUPPORT COMMERCIAL AUX OFFRES INFOGERANCE.....	9
3.8	SUPPORT COMMERCIAL AUX OFFRES CYBERSECURITE.....	10
3.9	INGENIEURS COMMERCIAUX.....	11
3.10	KAM & AM.....	12
4.	GOUVERNANCE.....	13

1. PRESENTATION DU DOCUMENT

1.1 OBJET

Le présent document décrit l'organisation de la Direction Commerciale (DC) de Thales Services (TS).

Il détaille notamment :

- Les activités de la DC,
- L'organigramme de la DC,
- Les missions et responsabilités de chaque élément organisationnel.

1.2 DOCUMENTS APPLICABLES

Les documents applicables sont les suivants :

- Document [1] : Note Organisation Générale du Groupe (87206430)
- Document [2] : Note des Principes de fonctionnement du Groupe (87206431)
- Document [3] : Note Organisation - Thales Services (83320005)

1.3 ACRONYMES

- AM : Account Manager
- BL : Business Line
- CA : Chiffre d'Affaires
- CIC : Critical Information systems and Cybersecurity
- CODIR : Comité de Direction
- DC : Direction/Directeur Commercial
- DCC : Direction Commerciale Centrale
- DCR : Direction Commerciale Régionale
- DR : Direction/Directeur Régional
- IC : Ingénieur Commercial
- GBU : Global Business Unit (Activité Mondiale)
- KAM : Key Account Manager
- DM : Direction/Directeur de Marché
- SITCOM : Situation Commerciale
- SIX : Systèmes d'Information et de Communication Sécurisés
- TS : Thales Services

2. MISSION ET ORGANISATION DE LA DIRECTION COMMERCIALE

2.1 MISSION ET RESPONSABILITES

La DC de TS définit et pilote la stratégie commerciale de l'entreprise et déploie son action au travers de Directions Commerciales Régionales (DCR) et des Directions de Marché (DM). La DC a la responsabilité de la prise de commande de TS et conduit par ailleurs les activités de Business Development et de Marketing Opérationnel.

Elle adresse l'ensemble des clients et prospects de TS sur le territoire français pour l'ensemble des 4 « Business Models » de TS (Assistance Technique, Conseil, Projets de « Build » et Projets de « Run »). Elle peut être amenée à travailler à l'export, en collaboration ou en soutien de la DC Export de la Business Line (BL) Critical Information systems and Cybersecurity (CIC).

La DC exerce ses responsabilités dans le respect du système de Key Account Management (KAM) mis en place par le Groupe et la par l'Activité Mondiale Systèmes d'Information et de Communication Sécurisés (GBU SIX) auquel elle contribue activement.

La DC est en charge des responsabilités suivantes :

- Coordonner les actions commerciales et ventes,
- Conduire les activités de Business Development dans le respect des cibles et priorités définies par la Direction Générale de TS,
- Consolider la situation Commerciale (SITCOM) et en établir les prévisionnels,
- Piloter le processus de fixation et de mesure des objectifs commerciaux individuels et collectifs.

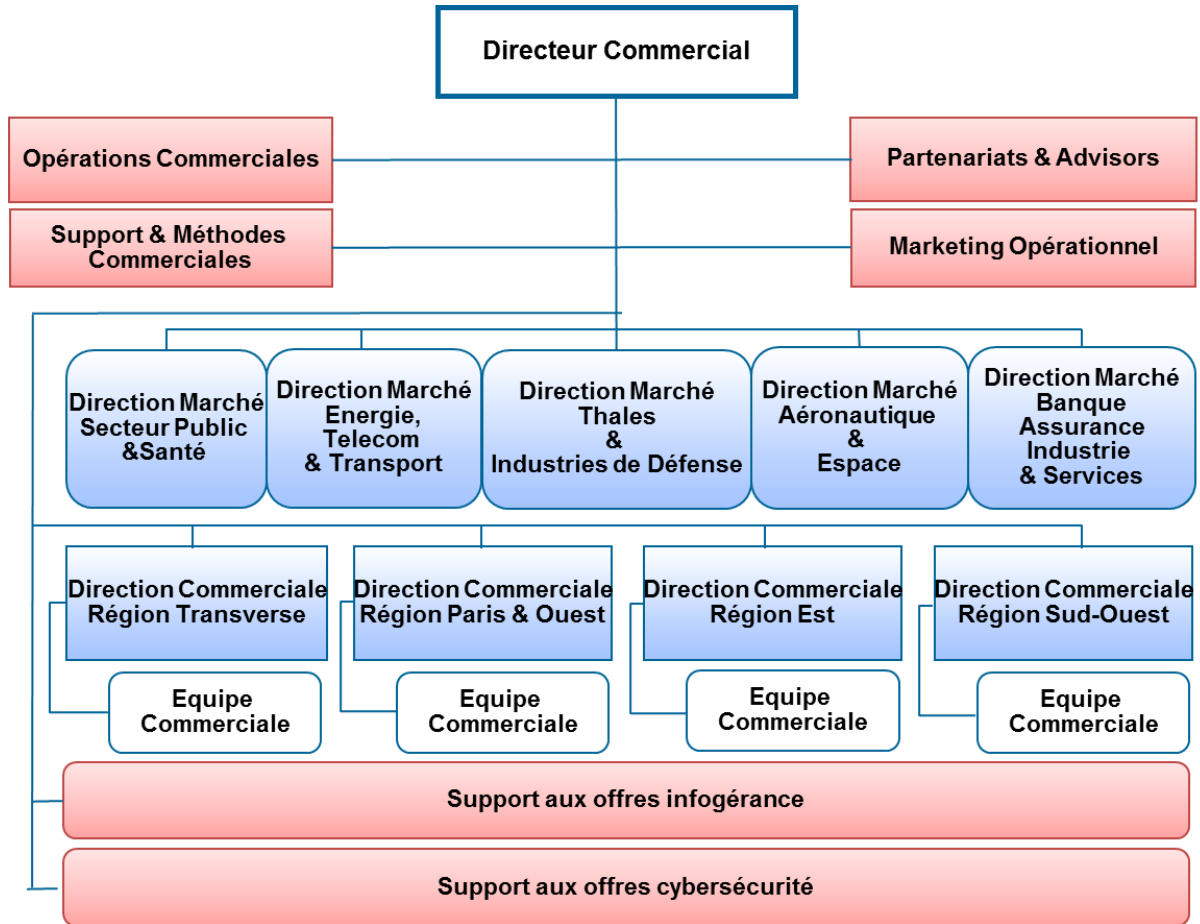
La DC travaille étroitement avec la Direction de la Stratégie et Marketing de la BL CIC.

Pour l'ensemble des clients, ces enjeux sont :

- Prospector afin de déployer les offres de TS sur de nouveaux clients,
- Piloter la relation client, et plus particulièrement veiller à la satisfaction des clients,
- Renforcer l'Account Management (AM) pour monter en gamme dans la valeur ajoutée des offres et pérenniser la relation business,
- Garantir un Hit Ratio conforme à l'objectif défini, principalement sur les grands projets,
- Gérer harmonieusement le développement des 4 « Business Models » de TS.

Par ailleurs, la DC travaille en étroite collaboration avec les services fonctionnels Ressources Humaines, Juridique & Contrats et Finance, dont les missions et responsabilités sont décrites dans les notes relatives à ces entités.

2.2 ORGANIGRAMME



3. ORGANISATION DE LA DC

La DC est structurée en une Direction Commerciale Centrale (DCC), 4 Directions Commerciales Régionales (DCR) et 5 Directions de Marché (DM). Elle est en charge en particulier du Business Development et de la stratégie de développement au travers de ses 5 DM.

Les fonctions centrales et support sont composées des entités suivantes :

- Opérations Commerciales,
- Support & Méthodes commerciales,
- Partenariats & Advisors,
- Marketing Opérationnel,
- Support aux offres d'infogérance au niveau national,
- Support aux offres de cybersécurité au niveau national.

Le DC de TS rend compte hiérarchiquement au Directeur Général de TS.

3.1 DIRECTIONS COMMERCIALES REGIONALES

La mission d'une DCR est de décliner la mission générale de la DC figurant dans la note d'organisation de TS auprès de l'ensemble des clients et prospects de son territoire, qu'il soit défini par un périmètre géographique donné, ou par un ensemble de marchés sur un périmètre géographique donné.

Le Directeur Commercial Régional (DCR) :

- Pilote l'action commerciale sur la Région qu'il a en charge (Cibles, Plans d'Actions Commerciales, Marketing Mix local, soutien méthodologique...), en concertation et coordination avec les DM concernés et le Directeur Régional (DR), et, le cas échéant, les autres régions
- Met en œuvre les Plans Stratégiques Locaux,
- Fait la synthèse des politiques commerciales marchés et assure leur application sur la région,
- Développe et coordonne l'activité commerciale locale,
- Fixe les objectifs individuels et conduit les EAA et EDP des collaborateurs sous sa responsabilité,

La structuration et l'organisation détaillées des 4 DCR figurent dans les notes d'organisation des 4 Régions de TS.

Le DCR rapporte au Directeur de Région pour ce qui concerne les opérations commerciales propres à sa Région, et au Directeur Commercial TS pour ce qui concerne la déclinaison de la stratégie commerciale et le développement des comptes multi-régions. Les objectifs annuels des DCR sont fixés conjointement entre le DR et le DC, les EAA et EDP sont préalablement préparés entre le DR et le DC et réalisés par le DR.

Le processus de people-review des populations commerciales est réalisé au niveau de chaque région et il est partagé et consolidé ensuite au niveau national avec le DC.

Les révisions salariales annuelles sont gérées au niveau des régions par le DCR en cohérence avec les budgets des régions, une consolidation nationale en présence du DC est ensuite réalisée afin de préserver la cohérence de traitement des populations d'ingénieurs commerciaux.

Le DCR est le responsable hiérarchique des équipes commerciales qui lui sont affectées.

Une assistante commerciale est rattachée à chaque DCR et travaille principalement au profit de sa DCR.

3.2 DIRECTIONS MARCHÉ

La Direction de Marché (DM) a pour responsabilité le business development sur ses secteurs de marché, et s'appuie, dans son action, sur les commerciaux en charge de déployer au profit de leur Région la stratégie Marché.

Ses missions et responsabilités sont les suivantes :

- La détection ou la génération de « Big Deals »,
- L'ouverture de nouveaux comptes clients,
- Définir et piloter la stratégie de développement commercial de son marché,
- Elaborer et suivre les plans de développement et plans de compte par marché,
- Piloter les KAM relevant de son marché,
- Proposer les choix de partenaires commerciaux,
- Coordonner la promotion des offres sur son marché,
- Mener des actions commerciales de « haut niveau » auprès de clients et de prospects de son marché,
- Négociations d'accords cadre particulièrement importants (clauses contractuelles et financières) chez les nouveaux clients trouvés
- Dans le cas de « big deals »
 - Participation à l'élaboration des offres pour les projets trouvés (clauses commerciales, contractuelles et financières notamment),
 - Implication dans les négociations commerciales sur les projets trouvés (clauses contractuelles et financières notamment),

Un DM est nommé par le DC pour chacun des secteurs de marché cibles de TS. Il est, dans cette fonction, rattaché au Directeur Commercial (DC).

3.3 OPERATIONS COMMERCIALES

Les Opérations Commerciales sont en charge :

- De la gestion du reporting commercial,
- De l'optimisation et du suivi d'application des processus commerciaux,
- Du développement et de l'outillage du pilotage commercial (stratégique et opérationnel),
- De l'établissement du budget commercial, du SITCOM, du Budget pluriannuel et de sa compatibilité avec les autres budgets de TS.

Le responsable des Opérations Commerciales est rattaché hiérarchiquement au DC.

3.4 SUPPORT ET METHODES COMMERCIALES

Le Responsable Support & Méthodes Commerciales a pour mission d'apporter :

- Un support à la fonction commerciale sous la forme :
 - Assistance et conseils aux commerciaux (Veille normative et réglementaire, réponse aux appels d'offres, soutenances Clients, Préparations en interne des Gates B1 & B2 etc.),
 - Soutien méthodologique relatif aux outils commerciaux (Strategic Selling, plans de comptes...),
 - Formations des commerciaux sur des points clés (Techniques de vente et de négociation, Référentiel Chorus 2.0 / Processus « Conduire l'offre » ...),
 - Rédaction des supports documentaires, en coordination avec les Opérations Commerciales.
- Une aide méthodologique à la fonction commerciale :
 - Contribution à la démarche d'amélioration continue de la DC,
 - Conduite et analyse des retours d'expérience (succès ou échecs majeurs).

Il travaille, par ailleurs en étroite collaboration avec la Direction Qualité et Satisfaction Clients concernant :

- Le pilotage du processus « Conduire l'offre » et,
- La veille normative et réglementaire relative aux activités commerciales.

Il est rattaché hiérarchiquement au DC.

3.5 PARTENARIATS & ADVISORS

La mission de la Direction Partenariats & Advisors est :

- Constitution et entretien de réseaux avec :
 - Des partenaires commerciaux actuels ou à venir,
 - Des partenaires technologiques,
 - Les prescripteurs, cabinets de conseil,
 - Les institutions régionales ou nationales,
 - Les associations professionnelles, les clubs d'entreprises, les pôles de compétitivité, les clubs d'utilisateurs,...
- Participation à l'organisation d'événements clients (en relation avec le Commerce, la Communication et le Marketing).
- Coordination de l'organisation et surveillance de la bonne préparation des visites des Centres de Services (cf. fiche de visite et Green Sheet).

Elle est de plus chargée de la relation avec les partenaires Boostaerospace

Cette direction intègre aussi rapidement que possible les acteurs commerciaux pouvant bénéficier de ces partenariats (Responsable des offres Infogérance ou Cybersécurité, DM, DCR, ...).

Cette direction travaille en étroite collaboration avec la Direction Technique et, le cas échéant, avec la Direction des Achats et la Direction Juridique & Contrats, pour la gestion des partenariats technologiques notamment lors de la construction d'accords partenariat.

Le responsable de cette direction est rattaché hiérarchiquement au DC.

3.6 MARKETING OPERATIONNEL

Ses missions et responsabilités sont :

- Promotion de l'offre TS, telle que définie par la Direction de la Stratégie et Marketing de la BL CIC,
- Participation aux actions de communication et de « publicité » (planification, médias, messages, budgets, campagnes, mesure...), en relation avec la Direction de la Communication de TS et/ou de la GBU SIX, selon le sujet,
- Organisation d'événements clients (séminaires, petits déjeuner, réunions marchés...),
- Publication de la Newsletter Interne de la DC.

Le responsable de cette direction est rattaché hiérarchiquement au Directeur Marketing & Stratégie et fonctionnellement au DC.

3.7 SUPPORT COMMERCIAL AUX OFFRES INFOGERANCE

Les missions du Responsable du Support Commercial aux offres d'infogérance sont :

- Soutien à la définition de la stratégie commerciale de chacun des secteurs de marchés et conseil auprès des DM dans l'analyse de leurs périmètres, en ce qui concerne les offres d'infogérance,
- Contribution à l'actualisation des plans de comptes clés, et aux plans d'actions et objectifs de développement des offres d'infogérance chez ces comptes clés,
- Participation en étroite collaboration avec les DM à la définition des principales cibles et actions de support commercial et marketing pour favoriser le développement des offres sur leurs marchés,
- Soutien aux DCR, dans le but d'améliorer la connaissance du territoire régional, et définition de plans d'actions pour le business développement local (identification des principaux contrats concurrents en cours sur la région, gestion anticipée des renouvellements de nos propres contrats, actions de lobbying local, etc.),
- Travail en étroite collaboration avec la Direction des Partenariats & Advisors,
- Suivi du pipe commercial pour l'activité d'infogérance et alerte au DC de TS sur les opportunités, les tendances et les risques éventuels,
- Pilotage de la politique de formation aux offres des ingénieurs commerciaux,
- Assistance aux ingénieurs commerciaux dans la qualification des opportunités majeures (≥ 1 M€) et des cahiers des charges auxquels les Offres peuvent correspondre, sur base d'une Blue Sheet, (Outil et Méthode de Strategic Selling),
- Soutien pour la préparation des Gates,
- Entretien de la connaissance de la cartographie nationale des moyens et compétences techniques et métier pour les activer au mieux au profit des opportunités,
- Sur décision du DC de TS, par intervention personnelle dans le processus commercial pour assister le responsable Commercial, voire pour prendre la direction du dossier en tant que Capture Leader,

Le Responsable du Support Commercial aux offres d'infogérance est rattaché au DC.

3.8 SUPPORT COMMERCIAL AUX OFFRES CYBERSECURITE

Les missions du Responsable du Support Commercial aux offres de cybersécurité sont :

- Soutien à la définition de la stratégie commerciale de chacun des secteurs de marchés et conseil auprès des DM dans l'analyse de leurs périmètres, en ce qui concerne les offres de cybersécurité,
- Contribution à l'actualisation des plans de comptes clés, et aux plans d'actions et objectifs de développement des offres de cybersécurité chez ces comptes clés,
- Participation en étroite collaboration avec les DM à la définition des principales cibles et actions de support commercial et marketing pour favoriser le développement des offres sur leurs marchés,
- Soutien aux DCR, dans le but d'améliorer la connaissance du territoire régional, et définition de plans d'actions pour le business développement local (identification des principaux contrats concurrents en cours sur la région, gestion anticipée des renouvellements de nos propres contrats, actions de lobbying local, etc.),
- Suivi du pipe commercial pour l'activité cybersécurité et alerte au DC de TS sur les opportunités, les tendances et les risques éventuels,
- Travail en étroite collaboration avec la Direction des Partenariats & Advisors,
- Pilotage de la politique de formation aux offres des ingénieurs commerciaux,
- Assistance aux ingénieurs commerciaux dans la qualification des opportunités majeures (≥ 1 M€) et des cahiers des charges auxquels les Offres peuvent correspondre, sur base d'une Blue Sheet, (Outil et Méthode de Strategic Selling),
- Soutien pour la préparation des Gates,
- Entretien de la connaissance de la cartographie nationale des moyens et compétences techniques et métier pour les activer au mieux au profit des opportunités,
- Sur décision du DC de TS, par intervention personnelle dans le processus commercial pour assister le responsable Commercial, voire pour prendre la direction du dossier en tant que Capture Leader,
- Coordination de l'organisation et surveillance de la bonne préparation des visites du SOC d'Elancourt (cf. fiche de visite et Green Sheet).

Le Responsable du Support Commercial aux offres de cybersécurité est rattaché au DC.

3.9 INGENIEURS COMMERCIAUX

Les Ingénieurs Commerciaux (IC) travaillent principalement au profit de leur Région, ceci n'excluant pas que certains acteurs commerciaux puissent être à un moment donné mobilisés sur des Offres d'autres Régions. Leurs missions sont de :

- Prospecter et vendre l'offre constituée des 4 « Business Models » de TS,
- Prendre des commandes sur un portefeuille de clients ou prospects composé de grands comptes,
- Identifier les organisations, les circuits de décision et les projets des clients (plans de compte),
- Elaborer les offres commerciales et être en support du Capture Leader dans la conduite des négociations, jusqu'à la signature du contrat,
- Assurer un reporting régulier et efficace,
- Etre un membre actif des instances de pilotage du commerce et des projets,
- Participer aux actions marketing opérationnel (Séminaire, forum, fichier client...).

Chaque IC travaille dans un territoire défini par un couple client/périmètre géographique qui lui a été attribué, cependant une règle dite d'extra-territorialité permet de confier la responsabilité commerciale d'un projet, d'un compte ou d'un ensemble de comptes à un acteur commercial en dehors de sa Région d'appartenance, et ce afin de traiter les cas particuliers du type :

- Positionnement sur un projet spécifique d'importance (souvent à caractère multi-régional) pour lequel une action globale et unifiée est jugée nécessaire,
- Promotion d'une offre spécifique utilisant un produit ou une souche développée par TS,
- Positionnement sur un projet permettant de construire une offre nationale répliquable dans d'autres contextes,
- Toute autre raison décidée par la Direction Générale pour le bénéfice de TS.

La décision de traiter une offre ou un compte avec cette règle d'extra-territorialité est prise formellement au niveau de la DC, en accord avec la Direction Générale de TS ; elle est limitée dans le temps et ne préjuge en rien du choix de la Région qui portera l'offre, ni de celui de la Région qui réalisera les projets qui en découleraient.

Chaque IC est rattaché à une Direction Commerciale Régionale.

3.10 KAM & AM

Des KAM sont nommés parmi les ingénieurs commerciaux afin d'assurer la coordination globale des activités commerciales chez les Grands Comptes identifiés comme stratégiques. Ils participent par ailleurs à la coordination de ces comptes avec les autres domaines de la GBU SIX et avec les autres GBU du Groupe.

Un compte relève d'un dispositif KAM au sein de TS s'il répond à au moins 3 des 4 critères suivants (les 2 derniers étant impératifs) :

- Génère plus de 5M€/an de CA à date,
- Présente un réel potentiel de développement,
- S'inscrit dans la stratégie de TS,
- Est présent dans plusieurs régions.

Sur les autres comptes, s'ils sont adressés par plusieurs acteurs commerciaux et/ou s'ils sont jugés comme pouvant être éligibles à terme au statut de Grand Compte, des Accounts Managers (AM) sont nommés parmi les ingénieurs commerciaux afin d'assurer la coordination d'activités commerciales, et la responsabilité des actions dès lors qu'elles sont à portée globale (p.e. référencement)

Les comptes pilotés par un KAM ou un AM bénéficient de plus du support d'un Executive Sponsor, sur lequel le KAM ou l'AM peut s'appuyer. L'Executive Sponsor devra être impliqué au travers :

- des rendez-vous de haut niveau,
- des réunions de coordination internes pour le suivi des actions et dossiers majeurs,
- des réunions de revue de plan de compte.

Les KAM et AM sont nommés par le CODIR DC. Ils sont rattachés hiérarchiquement à un DCR et opérationnellement au DM du marché auquel appartient le compte client.

4. GOUVERNANCE

Un Comité de Direction (CODIR) de la DC se tient tous les mois. Y sont présents :

- Le Directeur Commercial,
- Le Responsable des Opérations Commerciales,
- Le Responsable Business Development,
- Le Responsable Support & Méthodes Commerciales,
- Le responsable Partenariats & Advisors,
- Le Responsable du Marketing Opérationnel,
- Les Directeurs Commerciaux Régionaux,
- Les Responsables de Marché,
- Le Responsable du support aux offres d'Infogérance

Est abordé lors de CODIR mensuel l'ensemble des points relevant du bon fonctionnement de la DC :

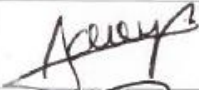
- Informations générales,
- Suivi des actions,
- Point RH,
- Point Business Development,
- Clôtures et forecast mensuels, tracking des bids majeurs et,
- Tout autre sujet non récurrent, décidé au préalable dans l'ordre du jour (p.e. point budgétaire, préparation d'un événement client, etc...).

Des revues Stratégiques de Marché sont organisées tous les mois, afin de définir puis de piloter les actions permettant de développer le business selon l'axe marché, en complément du développement commercial régional.

CONTROLE DE REVISION

Version	Date	Auteur	Modification
001	25/06/2013	Vincent PARiset	Création - Organisation de la Direction Commerciale et Marketing
002	06/06/2015	Vincent PARiset	Mise à jour selon nouvelle organisation Thales Services S.A.S du 01/04/2015
003	09/02/2017	Vincent PARiset	Réorganisation de la DC - Suppression des Leaders Marché National - Création des Directions de Marché et de 2 fonctions support (Partenariats & Advisors et support aux offres Cybersécurité)

APPROBATION

	Nom	Titre	Date	Signature
Responsable	Alexandre JOUYS	Directeur Commercial TS	03/02/2017	
Validation	Vincent CHABOT	Direction Qualité et Satisfaction Clients TS	08/02/2017	
Approbation	Laurent MAURY	Directeur Général TS	10/02/2017	

ATTENTION : Si ce document a été imprimé, contrôlez sa validité en consultant la dernière version en vigueur sur l'intranet.

Toutes remarques et propositions d'évolution du contenu de ce document doivent être adressées à :

Thales Services S.A.S
Direction Qualité

TS/DC

THALES GROUP INTERNAL

Réf.: 83320032-GOV-CIS-FR-003