Chapitre : Préparer les documents de suivi des visites commerciales

Introduction

Le suivi des visites commerciales constitue une étape essentielle de la gestion de la relation client. Après chaque visite, le commercial doit conserver les informations importantes concernant le client, ses besoins, les produits présentés, les commandes éventuelles et les actions à entreprendre.

Pour assurer ce suivi, deux documents sont particulièrement utiles : la fiche client et le compte rendu de visite. La fiche client centralise les informations relatives à chaque client, tandis que le compte rendu retrace le déroulement d'une visite et les résultats obtenus.

Ces documents permettent d'améliorer la communication entre les membres de l'équipe commerciale, de préparer les prochaines visites et de développer durablement le portefeuille clients.

I. La fiche client

1. Définition de la fiche client

La fiche client est un document papier ou numérique qui regroupe les informations essentielles concernant un client. Elle constitue une base de référence permettant au commercial de connaître son client, de suivre son historique et d'adapter ses propositions commerciales.

Elle peut être créée dans un tableur, un logiciel de gestion commerciale ou un CRM (Customer Relationship Management).

2. Les objectifs de la fiche client

La fiche client permet de :

- Identifier rapidement le client et ses coordonnées.
- Connaître son activité et ses besoins.
- Consulter l'historique des commandes et des visites.
- Suivre les devis, les factures et les règlements.

- Identifier les opportunités de vente.
- Préparer les prochaines visites commerciales.
- Personnaliser les offres et améliorer la fidélisation.

3. Le contenu de la fiche client

Une fiche client complète peut comporter les rubriques suivantes :

Rubrique	Informations à renseigner
Identification	Nom du client, raison sociale, identifiant interne.
Coordonnées	Adresse, téléphone, courrier électronique.
Activité	Secteur d'activité, produits ou services commercialisés.
Interlocuteurs	Nom, fonction et coordonnées des personnes à contacter.
Informations commerciales	Produits achetés, quantités, chiffre d'affaires.
Historique des visites	Dates, objectifs et résultats des visites précédentes.
Suivi des commandes	Commandes en cours, livraisons et devis.
Suivi financier	Échéances et situation des règlements, si nécessaire.
Besoins et préférences	Attentes, contraintes et critères d'achat du client.
Actions à réaliser	Relance, envoi d'un devis, prochaine visite.

Les informations doivent être fiables, actualisées et limitées à ce qui est utile à la relation commerciale. Leur collecte et leur conservation doivent respecter les règles applicables à la protection des données personnelles.

4. Exemple de fiche client

FICHE CLIENT

Exemple pédagogique fictif

A. Identification du client

Code client	CL-001
Raison sociale	Atlas Bureautique
Activité	Vente de fournitures de bureau
Adresse	Ouezzane, Maroc
Contact	M. Karim, responsable des achats
Téléphone	À renseigner

B. Informations commerciales

Produits recherchés	Papier, stylos et classeurs
Fréquence d’achat	Mensuelle, à confirmer
Dernière visite	15/10/2026
Résultat	Demande de devis
Action suivante	Envoyer le devis et relancer le client

5. Les règles de mise à jour de la fiche client

Pour que la fiche client soit utile, le commercial doit :

1. Créer une fiche lors de l’entrée d’un nouveau client dans le portefeuille.
2. Vérifier l’exactitude des coordonnées.
3. Enregistrer les commandes, les visites et les échanges importants.
4. Actualiser les besoins et les informations commerciales.
5. Programmer les actions de suivi nécessaires.
6. Respecter la confidentialité et les règles de protection des données.

Exemple pratique : après avoir appris qu’un client souhaite augmenter ses commandes à partir du mois suivant, le commercial met à jour sa fiche et programme une relance avant la prochaine période d’approvisionnement.

II. Le compte rendu de visite commerciale

1. Définition

Le compte rendu de visite est un document rédigé après une rencontre avec un client ou un prospect. Il présente les informations essentielles de la visite, les besoins exprimés, les échanges réalisés, les résultats obtenus et les actions à entreprendre.

Il permet de conserver une trace écrite de la visite et de faciliter la continuité du suivi commercial.

2. Les objectifs du compte rendu

Le compte rendu permet de :

- Garder une trace des échanges avec le client.
- Vérifier si l'objectif de la visite a été atteint.
- Identifier les besoins et les objections du client.
- Enregistrer les commandes et les demandes de devis.
- Préparer les actions commerciales suivantes.
- Informer le responsable commercial ou les autres services concernés.
- Évaluer l'efficacité des visites.

3. Le contenu du compte rendu de visite

Un compte rendu doit être précis, clair et synthétique. Il comprend généralement les rubriques suivantes :

Rubrique	Contenu
Informations générales	Nom du client, adresse, date et heure de la visite.
Participants	Nom et fonction des personnes rencontrées.
Objectif	Prospection, vente, fidélisation, suivi ou réclamation.
Déroulement	Sujets abordés et produits présentés.
Besoins exprimés	Attentes, quantités, contraintes et

	délais.
Objections	Prix, concurrence, qualité, livraison ou autres réserves.
Résultats	Commande obtenue, devis demandé, rendez-vous fixé ou absence de décision.
Actions à entreprendre	Envoi d’un devis, vérification d’un stock, relance ou intervention technique.
Échéances	Date prévue pour chaque action.
Conclusion	Évaluation de la visite et prochaines étapes.

4. Exemple de compte rendu de visite

COMPTE RENDU DE VISITE COMMERCIALE

Exemple pédagogique fictif

Commercial Youssef A.
Client Atlas Bureautique
Date de visite 15/10/2026
Interlocuteur Responsable des achats
Objectif Présenter l’offre et identifier les besoins

Déroulement de la visite

Le commercial a présenté le catalogue de fournitures de bureau, les principales références et les conditions commerciales. Le client a exprimé un intérêt pour le papier d’impression, les stylos et les classeurs.

Besoins et observations

Le client souhaite recevoir un devis détaillé comprenant les prix unitaires, les quantités et les délais de livraison. Il souhaite également comparer les conditions proposées avec celles de son fournisseur actuel.

Résultat de la visite

Aucun bon de commande n’a été signé. Le client a demandé une proposition commerciale.

Actions à entreprendre

- Préparer et envoyer le devis.
- Vérifier les disponibilités des produits.
- Contacter le client après l’envoi pour recueillir sa réponse.

Prochaine échéance : relance prévue après transmission du devis, selon le délai convenu avec le client.

5. Les qualités d’un bon compte rendu

Un compte rendu efficace doit respecter plusieurs principes :

- Exactitude : rapporter fidèlement les informations échangées.
- Clarté : utiliser des phrases simples et précises.
- Objectivité : distinguer les faits observés des appréciations personnelles.
- Concision : conserver uniquement les informations utiles.
- Réactivité : rédiger le compte rendu rapidement après la visite.
- Suivi : préciser les actions à réaliser, les responsables et les échéances.

Par exemple, il est préférable d’écrire « le client demande une réduction de 5 % » plutôt que « le client est difficile ». La première formulation décrit un fait exploitable ; la seconde exprime un jugement subjectif.

III. La complémentarité entre la fiche client et le compte rendu de visite

La fiche client et le compte rendu de visite sont deux documents complémentaires, mais ils n’ont pas la même fonction.

Critère	Fiche client	Compte rendu de visite
Fonction principale	Centraliser les informations sur le client.	Retracer une visite précise.
Mise à jour	Régulière, au fil de la relation commerciale.	Après chaque visite significative.
Informations	Coordonnées, historique, besoins et situation commerciale.	Objectif, échanges, résultats et actions futures.
Utilité	Préparer les contacts et suivre la relation dans le temps.	Évaluer la visite et organiser la suite.

Après chaque visite, le commercial rédige le compte rendu puis reporte dans la fiche client les informations durables ou utiles à la prochaine rencontre. Il évite ainsi de perdre des informations importantes et améliore la continuité du suivi commercial.

IV. Application pratique

Une commerciale visite un magasin qui souhaite renouveler son stock de fournitures scolaires. Le responsable demande un devis pour 100 cahiers, 50 stylos et 20 classeurs. Il souhaite recevoir la proposition avant la fin de la semaine.

Travail demandé :

1. Indiquer les informations à mettre à jour dans la fiche client.
2. Préciser les éléments à inscrire dans le compte rendu.
3. Déterminer les actions de suivi à programmer.

Corrigé indicatif :

1. Fiche client : actualiser les besoins, les produits recherchés, les coordonnées de l’interlocuteur et la date de la visite.

2. Compte rendu : préciser l’objectif de la visite, les quantités demandées, le délai souhaité et l’absence éventuelle de commande immédiate.
3. Actions de suivi : vérifier le stock, préparer et envoyer le devis avant la date demandée, puis relancer le client selon l’échéance convenue.

Conclusion

La fiche client et le compte rendu de visite sont deux outils indispensables au suivi commercial. La fiche client centralise les informations utiles à la connaissance et à la fidélisation de la clientèle, tandis que le compte rendu permet d’analyser chaque visite et de programmer les actions suivantes.

Leur utilisation régulière, rigoureuse et complémentaire améliore l’organisation des commerciaux, facilite le partage d’informations au sein de l’entreprise et contribue à développer les ventes et la satisfaction des clients.