

Le Parrain 2009

Pierre Kosciusko-Morizet - PDG Priceminister



Pierre Kosciusko-Morizet, 31 ans, est diplômé d'HEC, spécialisation Entrepreneurs. Avant de cofonder PriceMinister en août 2000, il avait travaillé chez Capital One aux Etats-Unis, après avoir fondé la société de conseil en distribution Visualis SA. PriceMinister.com est aujourd'hui classé 2^{ème} site de e-commerce en France avec 12,080 millions de visiteurs uniques, 9 millions de membres inscrits, et propose 120 millions de produits à la vente. L'ambition du Groupe PriceMinister est de gagner une position de leader de l'intermédiation sur Internet en Europe.

« J'ai accepté d'être le parrain de ce grand événement national DCF, et j'en suis très honoré, d'abord parce que je considère la fonction commerciale comme essentielle à la performance des entreprises, d'autant plus en cette période difficile, et que les DCF portent des valeurs d'éthique et d'entraide qui sont aussi les miennes. Ensuite parce que la thématique de la performance en réseaux me semble aujourd'hui d'une grande pertinence. Je sais l'importance essentielle de la construction des réseaux humains et relationnels pour atteindre certains de ses objectifs mais je n'oublie pas non plus les réseaux virtuels en plein développement et pour lesquels il me semble avoir une certaine légitimité. Grâce au dynamisme et à la mobilisation de tous les DCF de France nous allons ensemble et en réseau réussir en juin 2009 une grande édition de la Semaine Nationale de la Performance Commerciale. »



1^{er} Réseau d'Entrepreneurs et d'Experts de la Fonction Commerciale

Depuis sa création en 1930, le mouvement des DCF rassemble des femmes et des hommes pour la pérennité et le développement commercial de l'entreprise, l'amélioration de ses résultats, l'esprit de performance et de compétitivité. 21 régions, 90 associations, 3 000 membres, 10 000 entreprises amies. 200 actions en faveur du développement économique, commercial et culturel sont entreprises chaque année dans toutes les régions. Unis par un esprit « réseau » autour de valeurs fortes que sont éthique, engagement, entraide et partage, les DCF souhaitent valoriser et promouvoir la fonction commerciale.

www.dcf-france.fr

Semaine nationale de la performance commerciale

....> du 15 au 19 Juin 2009



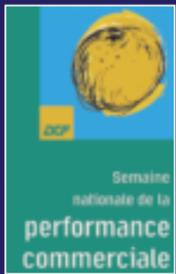
Participez aux Trophées de la Performance Commerciale
→ Tables rondes → Conférences → Ateliers



DIRIGEANTS COMMERCIAUX DE FRANCE

En partenariat avec :





Valorisez votre entreprise en participant à la SEMAINE NATIONALE DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE

Organisée par les Dirigeants Commerciaux de France

LES 4 TROPHEES DCF DE LA PERFORMANCE COMMERCIALE

Parrainés par 4 grandes entreprises nationales



Du 15 au 19 juin 2009,

Une semaine de rencontres, de conférences, de tables rondes, pour parler de la fonction commerciale et développer le thème de l'édition 2009 :

"PERFORMEZ EN RÉSEAUX"



Participez aux trophées nationaux de la Performance Commerciale

Face aux meilleures entreprises de votre région, faites connaître vos domaines d'excellence dans un ou plusieurs des 4 trophées décernés localement et soyez sélectionnés pour la finale nationale des 1er et/ou 2 octobre 2009.



La Semaine Nationale de la Performance Commerciale c'est

- une centaine d'événements partout en France.
- de grandes manifestations dans plus de 60 villes.
- près de 1000 entreprises nominées.
- des dizaines de milliers d'acteurs économiques concernés.

Renseignez-vous auprès de votre Association DCF dont vous trouverez les coordonnées sur www.dcf-france.fr



Développement à l'International

Entreprises ayant augmenté de façon significative leur part d'activité à l'exportation, ou développé de nouveaux marchés à l'étranger, générant une augmentation de leur performance commerciale par rapport aux années antérieures.



Innovation

Entreprises ayant innové dans quelque domaine que ce soit (produits, services, process, etc...), permettant de conquérir de nouveaux clients ou de nouveaux marchés et ainsi d'accroître de façon significative leur performance.



Développement du service client

Entreprises ayant créé ou développé un service client de proximité par une relation de face à face ou par l'intermédiaire de plates-formes téléphoniques, leur permettant de fidéliser ou d'accroître leur potentiel client et, ainsi, de réaliser une performance commerciale de tout premier plan.



Performance globale

Entreprises ayant augmenté de façon significative leur résultat net tout en développant leur chiffre d'affaires par croissance organique ou externe. Dans cette catégorie peuvent être valorisées toutes autres initiatives, actions, opérations, événements, développement de réseaux, etc. ayant concouru de manière significative à une plus grande performance commerciale.