



Chaque « news » c'est pour vous plusieurs opportunités de business qui répondent aux enjeux rencontrés en mission opérationnelle,
Le but : vous permettre de gagner plus en compétence chaque mois

Evaluer la performance de votre modèle économique,

En avril, nous avons parlé du [comment enrichir votre modèle économique](#) . En mai, je vous communique les 20 critères qui vont vous permettre d'évaluer la performance de votre / vos business models avec les 4 thèmes majeurs

1/ Connaître le taux de performance de son modèle économique : Marketing et stratégie

Se comparer à ses concurrents et évaluer son positionnement, sa marque, ses offres, sa satisfaction clients.
Calculer son taux de performance, connaître son % de progression, son potentiel de croissance maximal avec la même organisation.

Le SWOT (étude des forces et faiblesses, des opportunités et des menaces) est-il viable, précaire, sécurisé ?

Les 4 M (Mode de commercialisation, Méthode de promotion, Marge à réaliser, Management)

La rentabilité, la marge est assurée par combien de clients, de familles produits ? Où en est leur ligne de vie produit, le taux de fidélité clients, le panier moyen par client ?

Quel est le taux de réussite, de parts de marchés des nouveaux produits ?

L'entreprise bénéficie t'elle des tableaux de bords pertinents qui donnent immédiatement une visibilité de la performance comparée sur A-1, sur l'objectif ?

L'idée est basée sur la performance industrielle. Si nous sommes aptes à réaliser une fois une bonne performance, pourquoi ne pas le reproduire de manière répétitive toute l'année ? Cela revient à systématiser la démarche commerciale.

2/ Maitriser les enjeux sociaux Management, organisation

Vous le savez, le principal capital d'une entreprise est son capital social

Le nombre et la qualité du personnel ainsi que fonction et mission sont calées sur les ambitions, les objectifs de l'entreprise. Le pacte d'associés existe-t-il ?

La masse salariale des improductifs ne dépasse pas..... x% des productifs.

Le niveau de rémunération est :.....

La motivation et la fierté d'appartenance à l'entreprise des salariés est

Conception, fabrication, achat, livraison sont parfaitement maitrisés.

L'entreprise a-t-elle la capacité à recruter, à fidéliser et à faire évoluer les meilleurs ?

3/ Assurer la pérennité de son business Performance commerciale

Le chiffre d'affaires est assuré par combien d'acteurs commerciaux ? Combien d'entre eux, de départements, réussissent leurs objectifs ?

J'exploite quel % de mon potentiel de réseaux de vente, comment cela évolue-t-il ?

Suivre l'évolution du panier moyen par client, produit...

Quel est le % de réussite par rapport aux objectifs de CA, de marge ?

Combien de commerciaux respectent au moins à 90% les plans d'actions... ?

Taux de transformation sur contact, sur rdv, sur offre, par origine de contact.

Les médias et les outils de communication utilisés assurent la bonne visibilité de l'entreprise et favorisent l'apport de contacts entrants et la promotion des ventes.

4/ Les actions à mener ensuite :

Faire évaluer son modèle économique avec une expertise marketing et commerciale avec l'angle de vue client/consommateur c'est la garantie d'obtenir son niveau de performance avec une vision neutre sur vos potentialités.

Nous pourrons ensuite vous permettre

- d'aller sur des marchés à forte croissance,
- d'exploiter les meilleurs réseaux de promotion, de distribution,
- de vous créer des offres à forte marge,
- conquérir des clients à fort budget,
- vous permettre de recruter et de fidéliser des managers et des commerciaux au meilleur niveau de compétence de votre marché .

Conclusion

Si vous avez le moindre doute sur la performance d'un des **critères de performance cités ci-dessus** je vous invite à une rencontre qui, par elle seule, vous apportera déjà des effets de croissance. Je m'y engage, rencontrons-nous.

D'ici là, chers clients et partenaires, recevez mes plus dynamiques souhaits de réussite.

Frank THEVENEAU
Gérant & Consultant
Marketing et développement Commercial
Accélérateur de croissance
Optimisation de la performance commerciale



Se poser les bonnes questions
Mettre en oeuvre les solutions
Analyser les bénéfices acquis