

Viser juste pour 2014

Les bonnes nouvelles commerciales décembre 2013

Une « news » = plusieurs opportunités de business

Décembre est le mois des prévisionnels pour la plupart des entreprises. Chaque dirigeant doit réaliser ses objectifs annuels et trimestriels, par familles : produits, clients, marchés.

Mais aussi, les budgets : commerciaux, marketing direct, publicitaires, invitations - événements, manifestations, innovations, cadeaux clients, primes exceptionnelles, rétrocessions de commissions, abonnements, et évaluer pour 2014 quel % de ces budgets il va accorder pour la fidélisation clients.

Bien des questions se posent chaque année, comme combien me coûte mon service commercial, combien dois-je réellement y investir, comment mesurer mes retours sur investissement ?

Pour avoir un prévisionnel au plus juste vous devez répondre à toutes ces questions

Quels prévisionnels de vente pour 2014 ? Est-ce que mon taux de marge va rester identique ?

Nous sommes beaucoup à penser que 2014 va nous permettre de meilleurs résultats. Encore faut-il avoir une parfaite maîtrise de ces résultats (CA et marge) par familles produits, par segment marché et clients.

Soit un minimum de six indicateurs pour analyser déjà les résultats 2013.



Quels budgets de marketing direct, de communication ?

Le but est de ramener de nouveaux contacts, des nouveaux prospects, des nouvelles commandes
Si vous avez construit de quoi mesurer d'où proviennent vos ventes 2013 et antérieures, vous pourrez provisionner 2014

Soit un minimum de quatre indicateurs. Les nouveaux clients, les anciens, les nouveaux produits, les anciens.

Bâtir votre plan d'optimisation 2014

Pour garantir vos réussites 2014, vous avez analysé les réussites et faiblesses de vos plans d'actions 2013

La mise en place des moyens : humains, techniques, matériels et financiers sont 4 indicateurs à mettre en harmonie pour réussir vos stratégies 2014.



Si vous avez vos quatorze indicateurs parfaitement calibrés, aimeriez-vous les comparer avec d'autres, avoir un avis extérieur ?

En plus des indicateurs 2013 pour 2014, vous allez devoir estimer où votre performance sera identique, et plus ou moins importante. C'est la somme de ces estimations qui va construire au plus juste votre prévisionnel.

Faites-vous partie de ceux qui attendent les résultats à fin décembre pour commencer le travail ? Ou avez-vous déjà commencé, pour être sûr, dès le 2 janvier, d'attaquer l'année avec des objectifs et les nouveaux projets parfaitement calés aux nouveaux enjeux économiques ?

Si vous pensez devoir manquer d'indicateurs, de temps, besoin d'un avis extérieur, nous restons à votre écoute pour vous permettre de réussir votre premier projet 2014, celui qui donne le cap.

Frank THEVENEAU
Gérant & Consultant
www.externcom.com
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