



Les bonnes nouvelles commerciales de l'été 2011

L'été des opportunités

Dés les premiers jours de Juillet le point semestriel s'impose comme l'indicateurs de performances factuels

Ces huit indicateurs de performance vous révèlent votre capacité soit à percer ou subir votre marché

Evolution de votre niveau de qualité, de satisfaction et de fidélisation client

Vos parts de marché chez vos clients, le taux de pénétration dans un secteur d'activité ou géographique

Le nombre de contact entrant et leurs concrétisations en affaires.

La capacité de vos équipes à générer de nouveaux clients et à promouvoir vos nouveaux produits

L'évolution de vos ventes par mix famille et produit, (en CA et marge)

Le niveau de motivation de vos équipes

Combien de commerciaux sont au minimum à leurs objectifs

Le pourcentage d'écart par apport à votre objectif semestriel (en +/-)

Les indicateurs vous annoncent votre état de forme, votre capacité à répondre :

1. Aux attentes et désirs de vos clients, de votre marché
2. A l'agressivité de la concurrence
3. L'évolution de votre taux de reconnaissance,
4. A la possibilité de générer avec ses actions commerciales des clients nouveaux
5. Aux exigences salariales et aux besoins de reconnaissance
6. Aux besoins stratégiques et économiques de votre entreprise.

L'été est l'occasion de faire le point semestriel pour :

*Evaluer ses forces et ses faiblesses, pour mettre en place le plan d'optimisation de performance
Recaler si besoin ses objectifs annuels, et adapter les moyens pour réussir,
Saisir toutes les opportunités de développement, non exploitées encore par manque de temps...*

jusqu'au 31/10 c'est la saisonnalité par excellence pour dépasser ses objectifs grâce à la potentialité

Managérial qui permet :

- Un temps de travail à 100% ;
- De mobiliser les capacités de tous ;
- De provoquer et conclure toutes les opportunités d'affaires .

Pour réaliser un bon mois de septembre le premier ingrédient c'est d'être mobilisé dès le 23 août c'est un passage obligé pour réussir ce mois à très fort potentiel.

Prendre le temps stratégique et organisationnel de faire évoluer, d'optimiser, ses plans d'action mensuels, c'est se donner l'opportunité de réussir sur le terrain les décisions stratégiques et politiques Marketing et commerciales prises.

J'ai comme exemple deux dernières missions où nous avons gagné 30 et 50% de performances qualitatives rien qu'avec la mise à jour et la pertinence d'un bon plan d'action.

Voici pour externCom le taux de satisfaction de nos clients à fin Juin 2011.

Si vous avez envie d'un échange, d'un partage d'expériences d'un accompagnement pour réussir votre été et préparer les derniers mois de l'année, je reste à votre écoute.

D'ici là, chers clients et partenaires, acceptez mes plus vifs encouragements.

Frank THEVENEAU
Gérant & Consultant
www.externcom.com
Marketing et développement Commercial



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