

L'expertise en performance commerciale, marketing et managériale

Pour qui, pourquoi, comment, quand ?



Pour qui ?	<i>Uniquement pour ceux qui ont la capacité de remise en cause</i>	<i>Et qui sont avides de se perfectionner</i>
Pour quoi ?	<i>Pour assurer la pérennité du Business</i>	<i>Réservé aux dirigeants qui désirent le meilleur pour eux et leurs équipes</i>
Comment ?	<i>Avec une méthode éprouvée</i>	<i>Qui donne de la légitimité</i>
Quand ?	<i>Au moins deux fois par an</i>	<i>Avec les bilans semestriels</i>

Comme une démarche qualité, vous allez pouvoir produire votre synthèse et axes de progrès en interne ou faire appel à des compétences externes. Vous devrez dans tous les cas définir :

quel objectif, pour aller où ? pour générer plus de CA de marge ?
quelle méthode, pour tirer le meilleur de vos forces internes et de celles du marché,
quelle légitimité pour être innovant, fédérer, donner le cap,
Avec ou sans valorisation, sanction ? pour animer, motiver, faire se dépasser,

Faire appel à une expertise externe

va permettre d'optimiser la mise en place des objectifs de performance et proposer avec un œil neuf, une valorisation juste.

Vous allez bénéficier de méthodes spécifiques

pour prioriser les actions, pour aller à l'essentiel avec des apports de compétences supplémentaires qui vont venir s'ajouter à vos savoir faire et savoir être.

Votre conseil va insuffler de l'innovation à l'entreprise,

de la motivation à l'équipe, pour légitimer sa démarche et faire adhérer.

L'obligation de résultat « d'atteinte des objectifs » fixés au départ, va être l'indicateur de votre satisfaction.

Vous devez exiger un but à atteindre et l'apport de nouvelles techniques qui vont vous assurer un retour sur investissement.

Dans ma dixième année d'accompagnement des entreprises, pour chaque mission et dans 100% des contextes, c'est de 10 à 50 % de performance en plus .

Votre retour sur investissement est assuré dans le trimestre ou le semestre, et des bénéfices supplémentaires dans l'année. **Partons sur ces objectifs si vous le voulez !!!**

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