

**Le dernier plan d'action trimestriel 2012 !**  
*Il va à l'essentiel, sans oublier l'essentiel*

Ces 9 derniers mois doivent vous avoir apporté les enseignements sur le marché, votre niveau de performances et des indices sur le reste du chemin à parcourir pour atteindre vos objectifs qualitatifs et quantitatifs de l'année.

Tirer le bilan des actions stratégiques et opérationnelles est nécessaire. En faire une synthèse est indispensable, mais plus primordial encore, déterminer **les actions à mener pour augmenter** votre performance, avec l'objectif **de renforcer vos plus concurrentiels** pour générer dans vos **offres de la valeur ajoutée et de la fidélisation clients**.

**En période de difficulté il faut des plans d'actions millimétrés qui vont à l'essentiel sans oublier l'essentiel**

**100% essentiel allez sur les cœurs de cibles**

Même si vous devez passer plus de temps à préparer vos Rdv cibles, vos concrétisations n'en seront que bien meilleures.

Une bonne stratégie d'actions vous fait gagner plus de temps, d'énergie, de marge, pour être plus vite à 100% de vos objectifs.



**Plus de plus concurrentiels et personnalisés**

Une offre à valeur ajoutée est une offre qui met en avant les avantages clients, qui démontre l'intérêt de passer commande donc qui est personnalisée à 100%.

Plus de + qui sont personnalisés assurent plus de réussite

**Considérer chaque compte client comme un ami**

Dans toutes les démarches administratives, dans toutes les offres, vous devez hisser vos exigences, de la facture à l'emballage, de la proposition à la livraison. Considérez chaque étapes de la relation client comme 100% primordiale.

Cette fiabilité va contribuer à plus fidéliser vos clients



Pas assez de temps, besoin d'un regard extérieur ou d'apport de méthodes et techniques pour faire encore mieux, c'est toujours possible, il vous reste au moins 3 mois !

C'est souvent plus une question d'analyse, de prise de recul, que de moyens. Ces pensées sont à votre attention, chers clients, partenaires pour vous souhaiter une bonne fin d'exercice ...ensemble peut-être.

Chers clients, partenaires, je reste à votre écoute pour vous permettre réussir de dernier trimestre 2012, ce qui vous permettra plus de croissance pour votre entreprise avec toujours plus de rentabilité.

Frank THEVENEAU  
Gérant & Consultant  
[www.externcom.com](http://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