

Le chiffre stagne depuis un an.
Les commerciaux tournent en rond.
Et les consultants me disent tous
la même chose : il faut développer
le commercial. Mais concrètement,
qu'est-ce que je rate ?



DOUBLER
LE PHONING

A partir de lundi,
on double les appels !
80 prospections par jour
par commercial. Celui qui
ramène le plus de rendez-vous
gagne la prime.

On double les appels,
mais on appelle qui ?
On n'a pas de cible claire
depuis six mois. On tire
au hasard et on espère.

PAS DE
PLAN ?
JUSTE DES
RÉSULTATS.

COFFEE
IS DONE
LET'S DO
BUSINESS

WORK
FOCUS
WIN

TABLEAU DE BORD COMMERCIAL

INDICATEUR	OBJECTIF	RÉALISATION
PROSPECTIONS	80	75
RENDEZ-VOUS	10	12
CHIFFRE D'AFFAIRES	5000€	4800€


LES 5 MEILLEURS COMMERCIAUX

NOM	PROSPECTIONS	RENDEZ-VOUS
1. M. DUPONT	95	15
2. M. MARTIN	85	12
3. M. LEROY	75	10
4. M. DURAND	65	8
5. M. BOISSEL	55	6

Tu as raison.
On a toujours fait
comme ça. On n'a jamais
pris le temps de définir
qui on voulait vraiment
comme client.

Si on ne sait pas
quel client on cherche, on
peut appeler 200 fois par jour,
ça ne changera rien. Le problème
c'est pas le volume, c'est
le ciblage.





Je viens de rencontrer
un profil exceptionnel.
200% du quota pendant 3 ans
chez un concurrent direct.
Je le prends. On verra bien.

200% du quota
chez eux, mais
est-ce qu'il saura
bosser avec nous ?

BUREAU
DIRECTION

Six mois. Six mois de salaire, prime de signing, commissions avancées. Pour un seul deal signé. J'ai misé sur un sauveur au lieu de miser sur une méthode commune. Le problème n'était pas son talent. C'était l'absence de cadre.



RH

BILAN INTÉGRATION COMMERCIAL

Points positifs

- Résultats à court terme
- Réseau actif
- Énergie, impact

Points de vigilance

- Méthodes non partagées
- Reporting irrégulier
- Manque de capitalisation

ENSEIGNEMENTS

- Absence de cadre commun
- Dépendance à l'individu
- Risque de renouvellement

MANAGEMENT COMMERCIAL

MÉTHODES & PROCESS

PILOTAGE DE LA PERFORMANCE

BUREAU DU COMMERCIAL
STAR

CV

EXPÉRIENCES

LinkedIn, phoning, salons,
emailing, partenariats.
On attaque tout ce trimestre.
Il faut être partout !



Cinq canaux en même temps ?
On n'arrive déjà pas à suivre
un seul correctement. On va
se disperser et rien ne
marchera.

Si je me disperse
sur 5 canaux, je suis moyen
partout. Je choisis un canal.
Un seul. Je le maîtrise à fond.
Et seulement ensuite j'ouvre
le suivant.

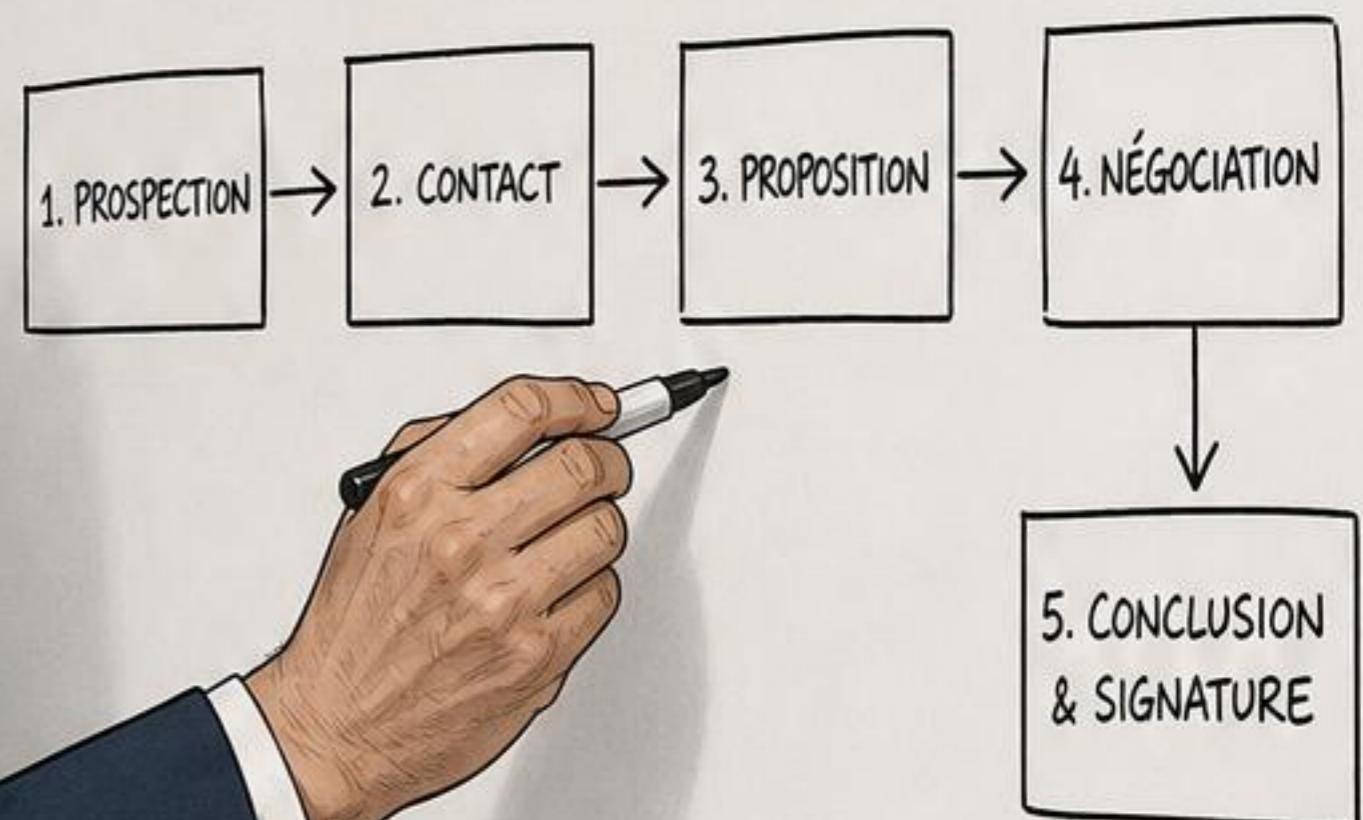


On n'a même pas de processus défini. Comment veux-tu qu'un outil nous aide si on ne sait pas nous-mêmes ce qu'on doit suivre ?

On a pris le CRM le plus complet du marché. C'est ce que le consultant nous a conseillé.

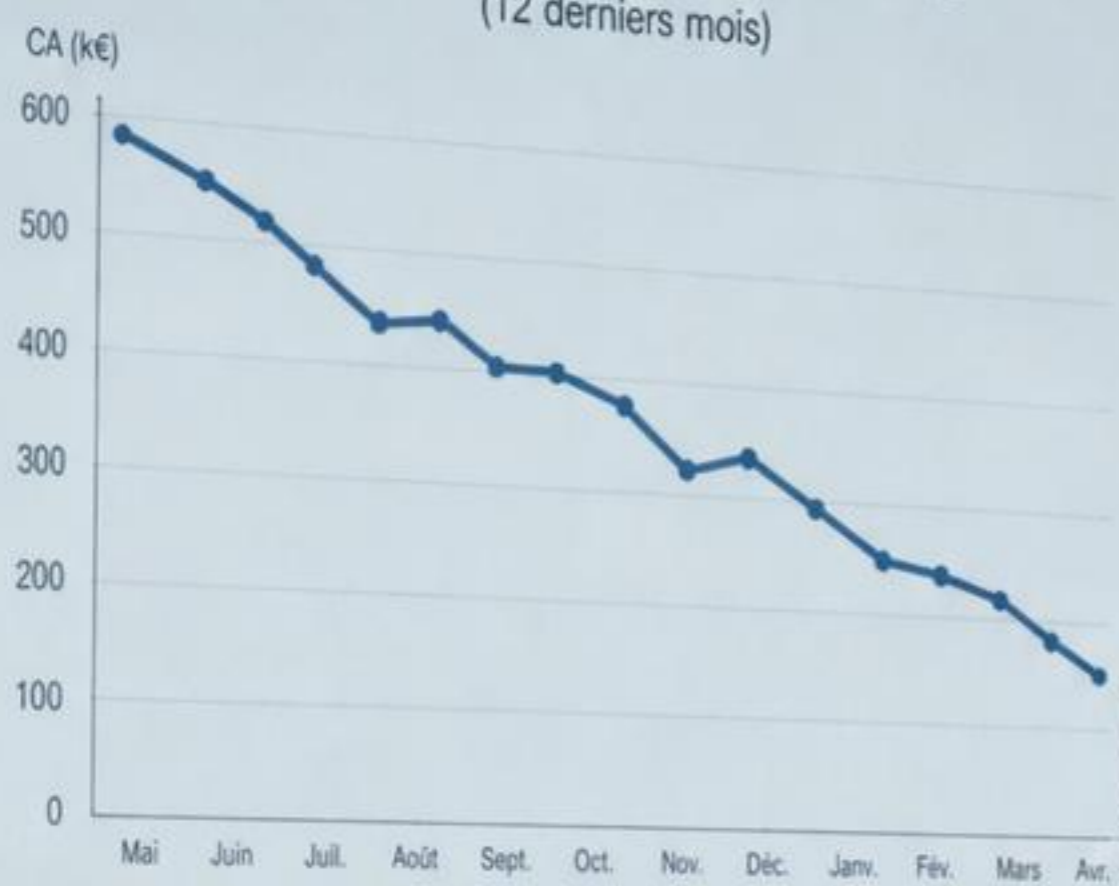


Le processus d'abord. L'outil après.
Je définis les étapes commerciales sur un tableau.
Chacun sait ce qu'il doit faire.
Dans 30 jours, je chercherai l'outil le plus simple
qui suit ce processus.



Personne n'a rien à dire ?

Évolution du chiffre d'affaires (12 derniers mois)



...

30 minutes chaque lundi.
Chacun dit ses 3 deals clés.
Et on décide de ce qu'on fait.

Oui. Ce qui compte
c'est ce qui entre dans
le pipeline cette semaine,
pas ce qui s'est passé
le mois dernier.

FOCUS
PIPELINE
ACTION


	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI
9h	30 min réunion deals clés				
10h		Client C	Point hebdo	Rdv Client E	Suivi
11h	Client A	Relance	Client D	Préps rendez-vous	Relance
14h	Relance		Analyse		Appel
15h	Proposition Client B	Point équipe	Offre		Test produit
17h					
18h	Appel partenaire				

AVANCER
ENSEMBLE

PLAN
D'ACTION

Alors, qui peut me citer les 7 étapes du closing avancé ?

Je les ai déjà oubliées...



A partir de demain,
je t'accompagne sur un
rendez-vous. J'observe,
on débriefe. Un seul point
à la fois. Pas dans une salle,
sur le terrain.

J'ai un classeur
bien rangé. Mais sur
le terrain, ça n'a
rien changé.

J'ai arrêté de
chercher la solution miracle.
J'ai regardé mes erreurs
une par une.
J'ai réparé une chose
à la fois. Ça n'a pas été
rapide. Mais ça a marché.

