

Mario Jean
Coach

| La
Négociation

Diagnostic et stratégies



Objectif

Tu sais où tu veux te rendre, mais tu dois d'abord savoir où tu es et ce qui cloche.

Par quoi commencer ?

Que veux-tu améliorer réellement ?

Ton chiffre d'affaire peut-être. OK, mais pour savoir sur quoi agir, tu dois trouver c'est quoi le « problème ».

Est-ce que tu manques de client ?

Es-tu au contraire très occupé, mais tu n'obtiens pas suffisamment de contrats ?



Ou encore rien de ça, tu signes toutes tes rencontres, tu es débordé, mais il ne reste pas, ou très peu, de profits au final.

Chacun de ces problèmes peut causer un manque au niveau de ton chiffre d'affaires, mais aura besoin de solutions différentes.

Donc très important de faire un diagnostic.

Possible que tu aille quelques manques à plusieurs endroits, alors inscrit des cotes.

Par exemple, ma priorité est la situation 3, mais en deuxième la 1.

Là j'ai donné exemple relié au revenu.

Mais ton diagnostic peut-être à tous les niveaux. Exemple tu reçois plusieurs plaintes ou retour sur tes ventes.

Ou encore, tes coûts de fonctionnement sont trop élevés. Tu manques de temps pour tout faire, il ne t'en reste plus pour en profiter...

Trouver mes problèmes

Comme tu vois, tout, absolument tout dans ton activité d'affaires peut être inclus dans ton diagnostic pour par la suite trouver les solutions en te servant des techniques que tu apprends dans cette formation.

Par la suite, tu vas décomposer le problème jusqu'au plus petit dénominateur.

Pour la personne qui a identifié qu'elle était occupée à 100%, qu'elle vendait presque qu'à chaque fois, mais qu'il ne restait pas beaucoup de profits en fin d'année. Elle doit aller plus profond encore.

Est-ce que son produit ou service est bien évalué ?

Le prix est-il assez haut ?

Si pour une raison X le prix ne peut pas être augmenté, nous verrons dans la partie stratégie quoi faire.

Possible aussi que ce soit les dépenses qui sont en cause. Vous devez fouiller pour mettre le doigt sur les raisons du manque de profit, malgré que vos semaines sont pleines.

Exemple de diagnostic complet :

- Le total de mes ventes n'est pas assez élevé;
- Il faudrait aussi que j'aie plus de clients, mais je suis occupé à 100%;
- Je voudrais avoir plus de temps;

Quoi faire ?

Pistes de solutions :

- Voir de combien je pourrais augmenter mes prix;
- Trouver ventes supplémentaires qui pourrait intéresser mon client, sans m'occuper plus;
- Je veux plus de clients, quelles tâches je pourrais déléguer qui me libérerait du temps, mais qui serait tout de même payant;
- Suis-je optimum dans mon fonctionnement ?



Les points précédents peuvent m'aider à me libérer du temps personnel un peu, y a-t-il d'autres possibilités, tels qu'automatiser certaines tâches.

Déléguer l'exécution de tâches simples où mon expertise n'est pas nécessaire.

Une fois les pistes trouvées, reste à établir les stratégies pour mettre tout ça en place et évaluer les résultats.

Stratégies

Une stratégie pour chaque piste de solution

Au minimum une stratégie par piste de solution, mais possible aussi d'en avoir plus d'une.

Pour augmenter le total de la vente :

- J'analyse la compétition, puis-je hausser mon prix ? S'il n'a pas bougé depuis un certain temps, un 10% supplémentaire n'est pas risqué. Au pire vous faite comme j'ai mentionné en ajoutant un petit plus sans frais, tel qu'une garantie.
- Qu'est ce que vous pourriez tenter de vendre de plus à votre client qui est prêt à signer avec vous ? Un entretien d'un an ? Si votre service en est un récurant, une carte pour 5 ans de service ?

Avoir plus de temps, pour augmenter le nombre de client ou pour vous personnellement :

- Vous êtes donc rendu à un niveau où vous devez avoir de l'aide. Plusieurs choses où vous n'avez pas de valeur ajoutée peuvent être délégué à coût plus bas que ce que vous gagnerez de plus avec ce temps libéré :
 - ◇ Votre comptabilité
 - ◇ Les démarches téléphoniques
 - ◇ Les confirmations de contrats par courriel ou planification des rendez-vous



Le tout est « vivant »

Tu trouves où sont les problèmes et comment les régler. Tu as établi quelques stratégies, mais tout ça peut être modifié, améliorer au fil de tes ventes et de tes essais.

Certaines de tes stratégies vont fonctionner du premier coup, d'autres semblent déranger un peu. Rien ne t'empêche de modifier celles-ci, faire d'autres essais et voir ce qui t'apporte le plus.

Surtout quand tu délègues certaines choses et que tu étais habitué à tout faire toi-même, il faut un certain temps d'adaptation.

Je vais également constater si ces changements valent la peine, est-ce que l'effort est justifié par les plus-values que j'obtiens.

Possible aussi qu'au fil du temps mes rendements, versus mes stratégies mises en places diminues.

Souvent la compétition s'ajuste et prennent vos idées, il est temps de refaire un diagnostic et de voir ce que vous pourriez personnaliser encore dans votre démarche.

Normal en affaire de se remettre en question, il n'y a rien de plus efficace!

Conclusion

Je résume

Je diagnostic, je trouve les problèmes que je veux améliorer.

Maintenant, sans me mettre de limites pour le moment, je trouve je que je voudrais obtenir sur ces points.



Il me reste à établir comment faire, quoi mettre en place et quelles techniques apprissent pourrait m'aider.

Je teste, j'applique ces techniques, je modifie mes prix si c'est le cas et je me lance.

Après quelque temps, j'analyse les résultats, le coût versus la plus-value obtenu.

La qualité des services reçus si j'ai délégué quelques tâches ou encore le profit supplémentaire obtenu versus le coût de ces tâches déléguées.

Il ne me reste plus qu'à ajuster mes techniques s'il manque quelque chose ou si un des problèmes identifiés n'est pas réglé à ma satisfaction.

Que tu plus, aucun moins ou inconvénients ne doit être toléré.

Et maintenant, vous pourrez profiter réellement du fait d'être en affaires!