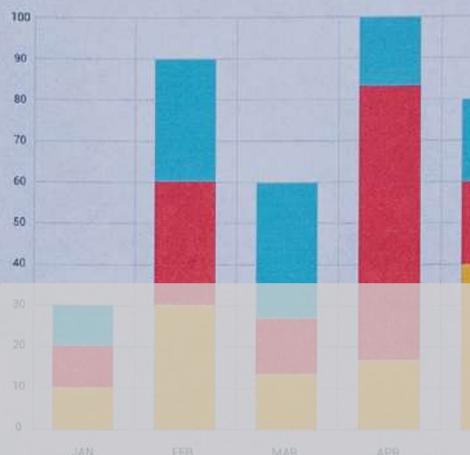
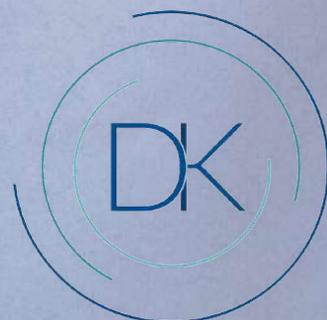
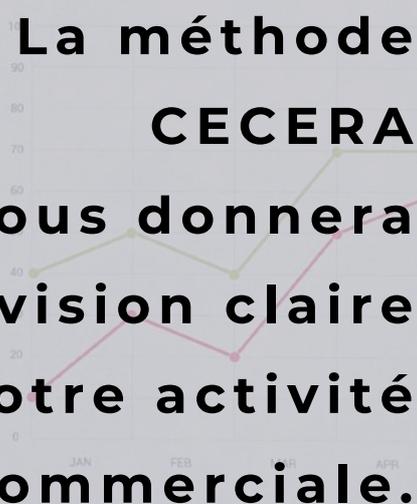


Diagnostic business : la nouvelle méthode **CECERA** en 6 processus clés

Our company



Business items



DIAGNOSTIC BUSINESS

Quelle que soit
l'entreprise, sa croissance est
déterminée par 6 fondamentaux.

C'est l'amélioration (et la
structuration) permanente de
ces 6 éléments qui permet
d'augmenter les ventes et le
chiffre d'affaires.

*Préparé par Didier KHALFI,
Experts en performances
commerciales*

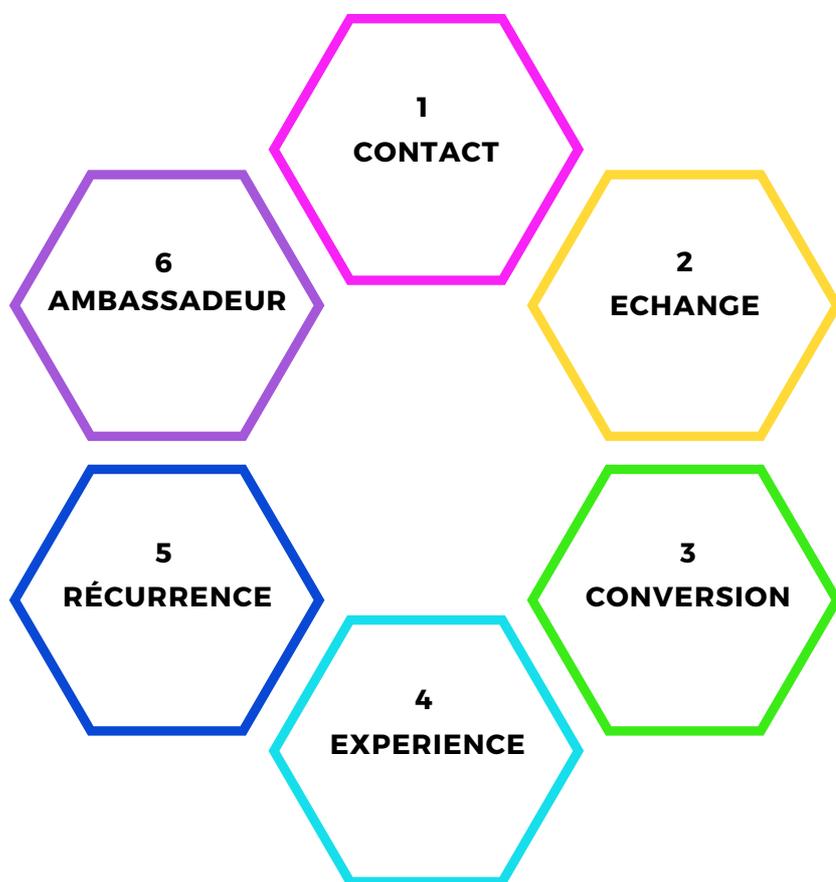
CECERA

LA MÉTHODE INNOVANTE EN 6 STEP

Le cabinet de conseil en performances, DK Consulting, vous a créé ce concept sur-mesure en six étapes.

UN CONCEPT SÛR-MESURE

Cette méthode de diagnostic
consiste à comprendre et
appréhender les 6 processus
et leviers d'actions
commerciales .



MÉTHODOLOGIE DE RAPPORT

Générer une croissance régulière fait partie de ce que nous appellerons une vision idéalisée de l'avenir pour votre entreprise et vos équipes.

Vous aurez la capacité en utilisant la méthode des 6 leviers commerciaux de passer de la vision idéalisée de votre futur à la réalité.

1

CONTACT

LES CONTACTS OU LA GÉNÉRATION DE LEADS C'EST LE NOMBRE DE PERSONNES AVEC LES INFORMATIONS DE CONTACT (EMAIL, TÉLÉPHONE) QUE VOUS COLLECTEZ.

DÉCRIVEZ LE PROCESS DE GÉNÉRATION DE LEADS :

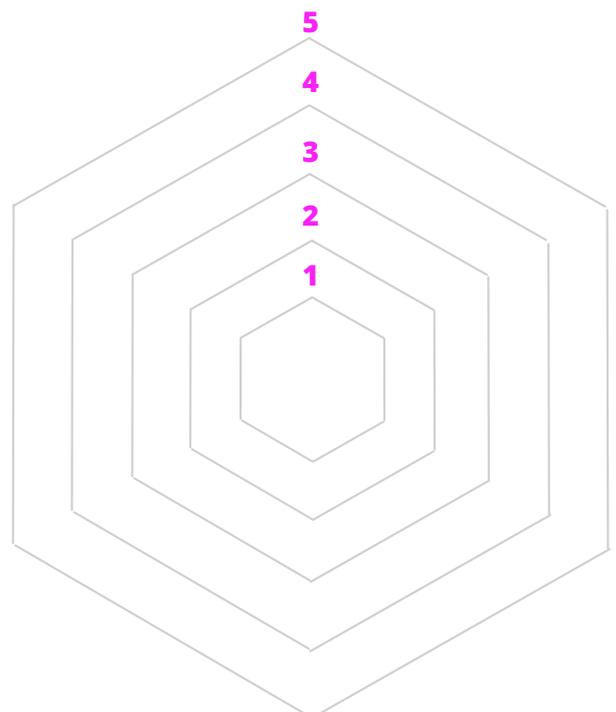
QUELS SONT LES POINTS FORTS POUR LA GÉNÉRATION DE LEADS ?

QUELS SONT LES POINTS D'AMÉLIORATION ?

Notez le chiffre au centre de l'hexagone qui correspond à votre GÉNÉRATION DE LEADS :

1 - 2 - 3 - 4 - 5 ?

1. La génération de leads n'est pas régulière et n'est pas prévisible avec peu de leads qualifiés
2. La génération de leads n'est pas régulière et n'est pas prévisible mais il y a des leads qualifiés
3. La génération de leads est constante et prévisible mais pas assez de leads qualifiés à un coût raisonnable
4. La génération de leads est constante et prévisible et suffisamment de leads qualifiés à un coût raisonnable
5. La génération de leads est constante et prévisible et il y a autant de leads qualifiés qui arrivent que de leads qu'il est possible de convertir.



ECHANGE

L'ÉCHANGE OU LE LEAD NURTURING : PLUS VOUS AVEZ DE RELATIONS AVEC VOTRE PUBLIC, PLUS VOUS PARTICIPEREZ À DES CONVERSATIONS ET PLUS VOUS CONVERTIREZ. CETTE RELATION EST AVANT TOUT UNE QUESTION SUR LA FRÉQUENCE ET L'INTENSITÉ DE VOTRE COMMUNICATION.

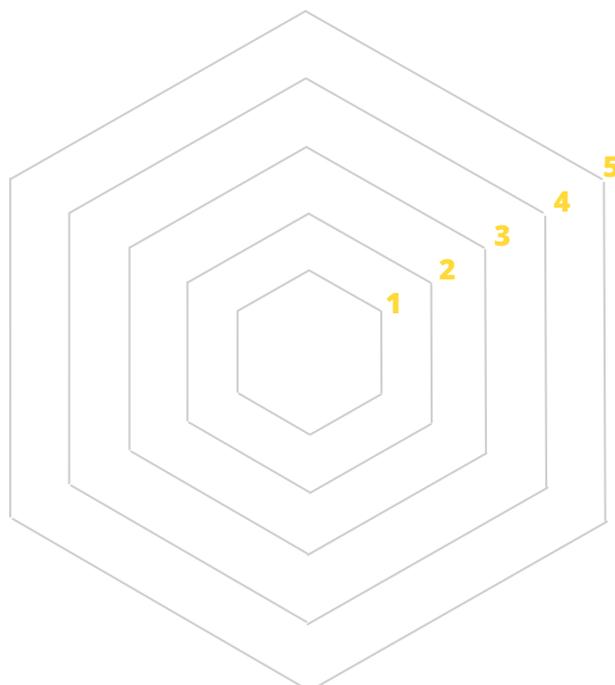
DÉCRIVEZ VOTRE PROCESS POUR ENTRETENIR LA RELATION AVEC VOTRE AUDIENCE :

QUELS SONT LES POINTS FORTS POUR LE LEADS NURTURING ?

QUELS SONT LES POINTS D'AMÉLIORATION ?

Notez le chiffre au centre de l'hexagone qui correspond à votre LEAD NURTURING : 1 - 2 - 3 - 4 - 5 ?

1. Il n'y a pas de système pour entretenir la relation avec les prospects. Soit ils achètent soit c'est mort
2. Il y a un système en place mais la relation avec les prospects n'est pas entretenue de manière régulière
3. Il y a un système permanent pour entretenir un lien avec les prospects mais ils ne sont pas convertis systématiquement en clients
4. Il y a un système permanent qui permet de convertir les prospects de manière constante
5. Il y a un système permanent qui permet de convertir efficacement les prospects en clients



3

CONVERSION

CECERA

IL S'AGIT DE LA CAPACITÉ À CONVERTIR DES CLIENTS POTENTIELS EN CLIENTS. EST-CE UNE REMISE IRRÉSISTIBLE ? EST-CE QUE L'ARGUMENTAIRE DE VENTES EST EFFICACE ? EXISTE-T-IL UN ENTONNOIR DE VENTE POUR ATTIRER AUTOMATIQUEMENT DE NOUVEAUX CLIENTS ? LE CLIENT A-T-IL DES RÉSULTATS ?

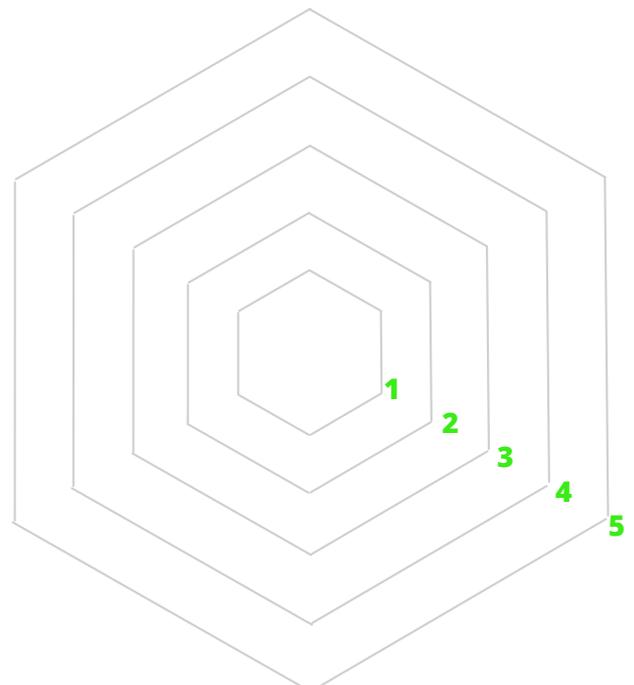
DÉCRIVEZ LE PROCESS DE CONVERSION ::

QUELS SONT LES POINTS FORTS DE VOTRE CONVERSION ?

QUELS SONT LES POINTS D'AMÉLIORATION ?

Notez le chiffre au centre de l'hexagone qui correspond à votre CONVERSION : 1 - 2 - 3 - 4 - 5 ?

1. La conversion est rare et imprévisible. Pour signer votre client idéal, c'est au petit bonheur la chance
2. Votre taux de conversion s'améliore et vous vendez votre produit / service à quelques clients idéaux
3. La génération de leads est constante et prévisible. Votre taux de conversion s'améliore et vous vendez une bonne partie de votre produit / service à vos clients idéaux
4. Vous avez un bon taux de conversion et vous vendez votre produit / service la plupart du temps à vos clients idéaux
5. Votre taux de conversion est très élevé où vous signez uniquement vos clients idéaux



L'EXPÉRIENCE ET LA LIVRAISON : IL S'AGIT DE LA CAPACITÉ DU PRODUIT/SERVICE À REMPLIR LA PROMESSE CONTENUE DANS L'OFFRE. LE CLIENT A-T-IL DES RÉSULTATS ? LE CLIENT EST-IL SATISFAIT DES DIFFÉRENTES COMPOSANTES DE VOTRE OFFRES

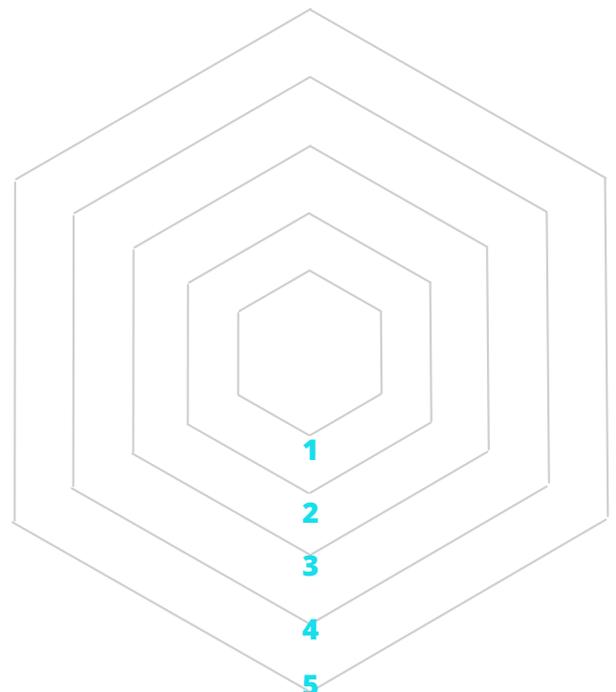
DÉCRIVEZ LE PROCESS DE LIVRAISON DE VOTRE PRODUIT OU SERVICE :

QUELS SONT LES POINTS FORTS DE LA SATISFACTION CLIENT ?

QUELS SONT LES POINTS D'AMÉLIORATION ?

Notez le chiffre au centre de l'hexagone qui correspond à la LIVRAISON DE VOTRE OFFRE : 1 - 2 - 3 - 4 - 5 ?

1. La livraison du produit / service n'est pas conforme à la promesse. La réussite, la satisfaction et l'adoption du produit par vos clients sont faibles
2. La livraison du produit / service est plus ou moins conforme à la promesse. La réussite, la satisfaction et l'adoption des clients est correct
3. La livraison du produit / service est conforme à la promesse. Vos clients ont des résultats corrects
4. La livraison du produit / service est conforme à la promesse. Vos clients ont des résultats supérieurs à la moyenne
5. La livraison du produit / service est conforme à la promesse. Vos clients ont des résultats supérieurs à la moyenne. Vous obtenez de nouveaux clients via recommandation



LA RÉCURRENCE OU LE RÉ-ACHAT : IL S'AGIT DE VOTRE CAPACITÉ À REVENDRE À VOS CLIENTS. A QUELLES FRÉQUENCES ILS REVIENNENT ? QUEL MONTANT ILS DÉPENSENT ?

DÉCRIVEZ LE PROCESS DE LA RÉCURRENCE :

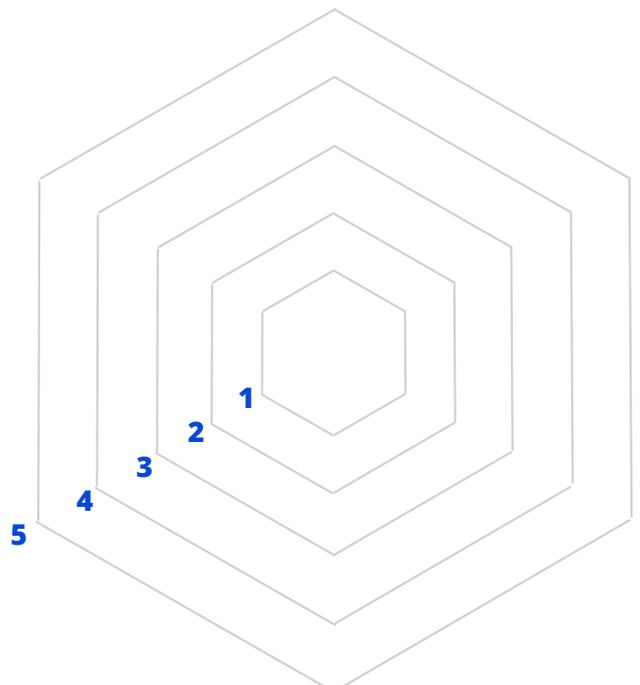
QUELS SONT LES POINTS FORTS POUR LA RÉCURRENCE ?

QUELS SONT LES POINTS D'AMÉLIORATION ?

Notez le chiffre au centre de l'hexagone qui correspond à votre RÉCURRENCE :

1 - 2 - 3 - 4 - 5 ?

1. La rétention de vos clients est faible, difficulté à upseller / de vendre de nouveaux produits / services à vos clients
2. Le taux de rétention de vos clients augmente. Vous arrivez à upseller / revendre à quelques clients
3. Le taux de rétention de vos clients est bon. Vous upsellez / revendez à une bonne partie de vos clients
4. La génération de leads est constante et prévisible et le taux de rétention de vos clients est bon. Vous upsellez / revendez à une bonne partie de vos clients
5. Votre taux de rétention est exceptionnel. Vous maximisez la valeur à vie de vos clients en leur permettant de vraiment tout acheter (faire all-in) chez vous



AMBASSADEUR

AMBASSADEUR OU RECOMMANDATION : IL S'AGIT DE GÉNÉRER DE NOUVEAUX LEADS QUALIFIÉS GRÂCE À LA RECOMMANDATION DE VOS CLIENTS. AVEZ VOUS UN PROCESSUS EFFICACE POUR INCITER VOS CLIENTS À SE TRANSFORMER EN AMBASSADEUR DE VOTRE SOCIÉTÉ

DÉCRIVEZ LE PROCESS D'AMBASSADEUR :

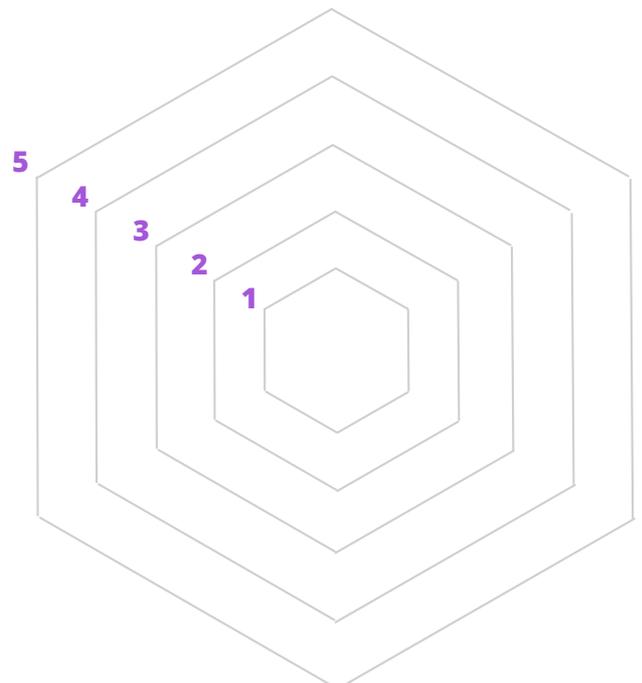
QUELS SONT LES POINTS FORTS POUR LA RECOMMANDATION ?

QUELS SONT LES POINTS D'AMÉLIORATION ?

Notez le chiffre au centre de l'hexagone qui correspond à votre RECOMMANDATION :

1 - 2 - 3 - 4 - 5 ?

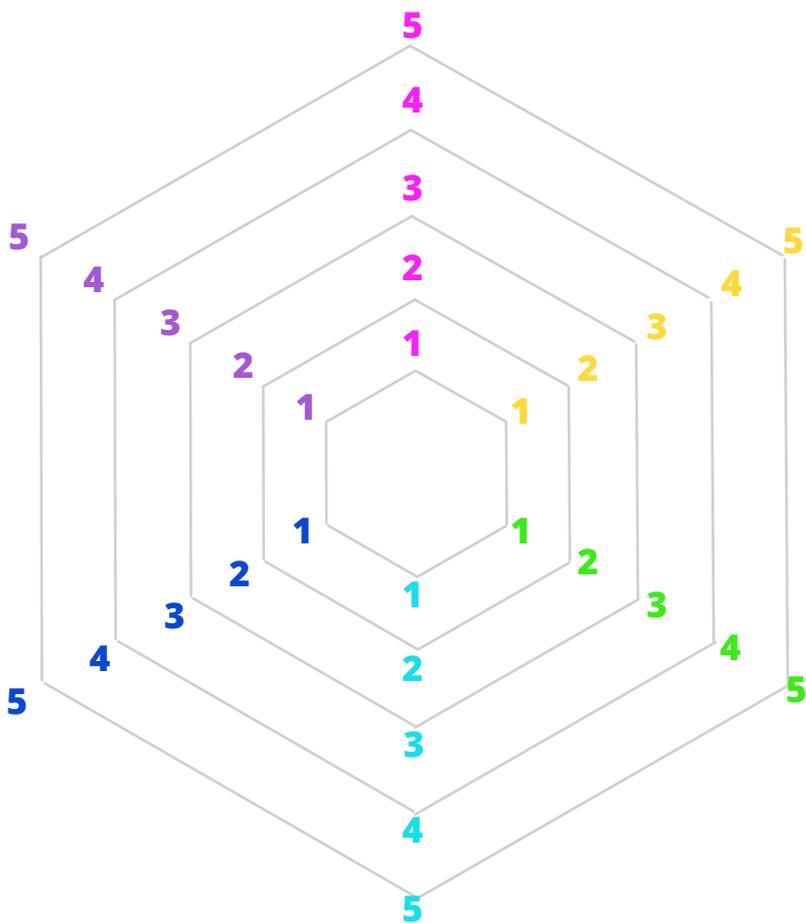
1. Très peu de vos clients vous recommandent auprès de leurs contacts. Sans même que vous en ayez conscience et les contacts ne sont pas pertinents.
2. Peu de vos clients vous recommandent auprès de leurs contacts. Vos clients vous informent, mais les contacts sont peu pertinents.
3. Certains de vos clients vous recommandent auprès de leurs contacts. Vos clients vous informent, les contacts sont pertinents et peu nombreux.
4. Plus de 50% de vos clients vous recommandent auprès de leurs contacts. Vos clients vous informent, les contacts sont pertinents et nombreux.
5. Plus de 90% vos clients vous recommandent auprès de leurs contacts. Vos clients vous informent, les contacts sont pertinents et nombreux.





SCORING

≤ 7 : Médiocre
 {8;15} : Faible
 {16;22} : Moyen
 {23;29} : Fort
 >29 : excellent



Reprenez les 6 catégories business que vous venez d'analyser et reportez-les ci-contre : Entourez et reliez-les points qui correspondent à votre score pour avoir une vision globale



ET MAINTENANT ?

C'est cette méthode innovante que nous déployons chez nos clients pour booster leurs performances commerciales

Vous avez concrètement deux choix qui s'offrent à vous.

- **Soit, vous utilisez votre Diagnostic et vous avancez seul,**
- **Soit, on échange et on fait bouger les choses ensemble : L'objectif de ce call est pour vous de clarifier vos objectifs business. De plus vous recevrez votre Plan d'action commerciale clé en main à compléter.**

Seul on va plus vite, ensemble on va plus loin.

Quoi que vous décidiez, il faut maintenant passer à l'action.



**POUR PASSER À L'ACTION
MAINTENANT RÉCUPÉREZ
VOTRE PLAN D'ACTION
CLÉ EN MAIN.**





RENCONTREZ VOTRE EXPERT



Consultant
DIDIER KHALFI



Fondateur de DK Consulting,
consultant en performances, formateur et coach.

Ancien Directeur Commercial, Expert en développement commercial, diplômé d'un Master en Management et stratégie d'entreprise, je me suis de plus formé à la communication positive verbale et non verbale.

Après un parcours professionnel de 15 années sur des fonctions de Direction Commerciale, Marketing et Communication, j'accompagne aujourd'hui les entreprises à booster leurs performances sur trois grands leviers : Augmenter les chiffres commerciaux, réduction des coûts et gagner du temps. J'anime également des formations en management, cohésion d'équipe et développement personnel. Je crée aussi des programmes dédiés aux commerciaux débutants, confirmés et experts.

Dotés de quinze années d'expériences commerciales , nous avons développés pour vous cette méthode **CECERA en 6 points. Accompagner les entreprises et les personnes à découvrir leur potentiel et le développer est devenu pour nous, plus qu'un métier, une passion.**

Avec nous, vivez une expérience commerciale hors pair conduisant à des résultats probants.

DES QUESTIONS ?

DIDIER 06-45-82-15-08

