



DIAGNOSTIC COMMERCIAL

Où votre effort commercial cesse-t-il de devenir du revenu ?

Une méthode courte pour localiser la fuite avant de demander à l'équipe de prospecter, relancer ou négocier davantage.

CE QUE CET OUTIL VOUS PERMET DE DÉCIDER

Identifier l'étape du cycle qui détruit le plus de valeur et choisir le bon correctif.

Mesurez le passage d'une étape à l'autre

Utilisez une période représentative de 8 à 12 semaines. Ne mélangez pas prospects froids, demandes entrantes et clients existants.

ÉTAPE	VOLUME	TAUX DE PASSAGE	DÉLAI MOYEN	QUESTION À POSER
Prospects ciblés				Ciblons-nous des entreprises qui peuvent réellement acheter ?
Contacts obtenus				Notre message obtient-il une réponse ?
Rendez-vous qualifiés				Parlons-nous au bon problème et au bon niveau ?
Propositions envoyées				La décision, le budget et le calendrier sont-ils établis ?
Affaires gagnées				Pourquoi le client nous choisit-il réellement ?

TROIS MESURES, PAS UNE

Taux de passage = volume de l'étape suivante ÷ volume de l'étape précédente. Mesurez aussi le délai entre les étapes et la valeur des affaires perdues : la plus forte baisse de volume n'est pas toujours la fuite principale.

Symptôme, cause probable, test à mener

CE QUE VOUS VOYEZ	CAUSES À TESTER	PREUVE À CHERCHER
Peu de rendez-vous	Ciblage trop large · message générique · mauvais canal	Réponses par segment, fonction et message
Beaucoup de rendez-vous, peu d'offres	Besoin mal qualifié · interlocuteur sans pouvoir · offre inadaptée	Motifs précis de non-poursuite après rendez-vous
Beaucoup d'offres, peu de signatures	Décision non cadrée · différenciation faible · relance passive · prix	Prochaine étape datée, décideur identifié, raisons de perte
Cycles très longs	Validations internes · tarification complexe · délais de réponse	Temps d'attente entre deux actions, côté client et côté interne
Pipeline élevé, revenu faible	Opportunités mortes conservées · probabilités irréalistes	Âge des affaires, dernier contact utile, événement de décision

La bonne question n'est pas « que doivent faire les commerciaux en plus ? », mais « qu'est-ce qui empêche les affaires d'avancer aujourd'hui ? »

Un point commercial doit produire des décisions

Passez 7 minutes maximum par affaire prioritaire. Toute affaire doit avancer, être requalifiée ou sortir du pipeline.

- 01 Quel problème le client cherche-t-il réellement à résoudre ?
- 02 Qui décide, qui influence et qui peut bloquer ?
- 03 Quel événement rend la décision nécessaire maintenant ?
- 04 Qu'avons-nous appris depuis la dernière revue ?
- 05 Quel obstacle précis empêche l'étape suivante ?
- 06 Quelle action peut faire avancer la décision, avec qui et avant quelle date ?
- 07 Si rien ne bouge, à quelle date sortons-nous l'affaire du pipeline ?

RÈGLE DE SORTIE

Une opportunité sans décideur identifié, sans prochaine action datée et sans événement de décision n'est pas une prévision. C'est une possibilité non qualifiée.

Vérifier avant de former

JOUR	ACTION	RESPONSABLE	RÉSULTAT ATTENDU
J1-J2	Extraire 20 affaires gagnées, perdues ou bloquées		Échantillon exploitable
J3-J5	Reconstituer les étapes, délais et motifs réels		Fuite principale localisée
J6-J8	Écouter 5 échanges ou relire 5 propositions		Compétence ou système distingué
J9-J11	Tester un correctif sur un segment		Effet observable
J12-J14	Décider : processus, management, offre ou formation		Plan ciblé

VOTRE PREMIÈRE HYPOTHÈSE

La fuite principale se situe probablement entre _____ et _____ parce que _____.

Pour confronter cette hypothèse à vos données : y.soromou@caformac.com · +225 07 97 66 05 43