

Le JOURNAL du PATRON

GUIDE DE PILOTAGE D'ENTREPRISE

N°

7

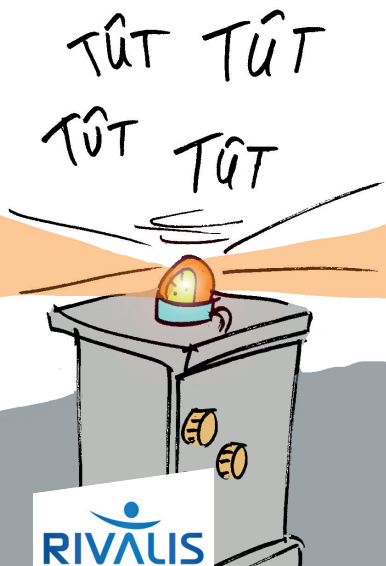
www.lejournaldupatron.net

“ Conçu par des patrons pour les patrons ! ... ”

Sommaire

- 2 Éditorial
- 2 Faites de la satisfaction de vos clients une priorité !
- 4 Comment bien recruter ?
- 5 Êtes-vous un excellent chef d'entreprise ?
- 6 Vous avez dit Trésorerie...
- 7 Les bonnes pratiques pour développer son activité

VOUS AVEZ DIT TRÉSORERIE...



RIVALIS

1^{er} réseau d'accompagnement des dirigeants

LE JOURNAL DU PATRON N° 7

Vous l'attendiez ! le voilà enfin votre journal du patron pour sa 7^e édition.

Vous ne le connaissez pas encore ? « Le journal du patron », c'est votre journal, patron de TPE, de 0 à 20 salariés. Vous qui représentez plus de 90% de l'activité économique de notre pays et qui êtes pourtant si malmenés. Écrit par des conseillers Rivalis, professionnels et expérimentés, eux-mêmes chefs d'entreprise ce journal traite des sujets de votre quotidien.

Nous essayons de vous apporter une vision simple et claire sur les sujets de votre entreprise, une écoute, un outil et des solutions adaptées à chaque situation. Cela pour vous donner ou redonner l'envie d'aller plus loin !

Alors, dans l'attente de vous rencontrer, nous vous souhaitons une bonne lecture.

Votre équipe de conseillers
RIVALIS

Management

Faites de la satisfaction de vos clients une priorité !

4 BONNES RAISONS POUR VOUS EN CONVAINCRE :

L'insatisfaction client coûte cher

L'insatisfaction client entraîne une perte de clientèle. Cela génère des coûts directs (perte sèche de chiffre d'affaires, coûts de SAV), mais aussi des coûts indirects (traitement chronophage et non facturable des réclamations, litiges, etc.).

Fidéliser un client coûte six à sept fois moins cher que d'en acquérir un nouveau

L'acquisition de nouveaux clients coûte de plus en plus cher, donc satisfaire ses clients, pour les fidéliser, sera bien plus rentable.

Vos clients font votre image de marque

Le bouche à oreille est important pour l'image de marque. Un client mécontent en parlera à dix personnes. Un client satisfait en parlera à trois. **Maîtriser son image de marque, c'est préserver l'avenir de son entreprise.**

Vos clients vous permettent d'améliorer vos services

Qui, mieux que vos clients, peuvent vous dire ce qu'ils attendent de vos prestations ?

C'est l'écoute active de vos clients qui vous permettra d'identifier les points d'amélioration prioritaires et de les corriger avant que vos clients aient quitté le navire. Alors, donnez-vous les moyens d'apprendre de vos clients !

Votre image de marque reflète la perception de votre entreprise.



4 BONNES PRATIQUES À METTRE EN ŒUVRE POUR AGIR EFFICACEMENT POUR LA SATISFACTION DE VOS CLIENTS

1 Prenez-en connaissance !

- Osez poser la question : Êtes-vous satisfait ?

Sachez capter les informations clés qui vous permettront de faire progresser l'entreprise.

- L'enquête de satisfaction permet d'obtenir des retours des clients sous forme de score ou de commentaires.

- Le client mystère consiste à envoyer un « enquêteur » tester un service, contacter un service client ou visiter un lieu de vente pour évaluer l'expérience client.

- Les réactions client sur les réseaux sociaux : votes, commentaires en ligne, forums qui permettent d'avoir un retour sur la perception de vos clients.

2 Soignez votre image (de marque)

Vous avez une excellente technicité. Mais ce n'est pas suffisant pour remplir votre carnet de commandes.

Mettez vous à la place du client, et imaginez sa première impression : l'accueil téléphonique, l'accès, les locaux, la réactivité, la qualité de vos réponses, le respect de vos engagements, etc.



Cette première impression sera déterminante. La tenue vestimentaire, le visage, la voix et le regard transmettent autant d'informations que vos propos. L'unité graphique représentant votre entreprise apparaît comme un signe de rigueur et de sérieux.

3 Développez une relation personnelle avec vos clients

Cela commence par une bonne connaissance de sa clientèle. Un fichier clients organisé vous permet de collecter des informations capitales sur les produits qu'ils privilégient, leurs habitudes de consommation, dans le respect du RGPD.

Il faut alors savoir répondre à leurs attentes exprimées ou non. L'enjeu est de comprendre le client afin d'établir une relation personnalisée et durable. et comprendre ce qui va le faire revenir, à quoi ils sont sensibles, quel est leur prochain projet d'achat, etc.

4 Fidélisez vos clients

Un client fidèle participe activement à la réussite de l'entreprise, et il faut le récompenser. De multiples possibilités s'offrent à vous, en fonction de votre secteur d'activité et de vos clients : programme de fidélité, cadeaux, remises, invitations à des événements, offres exclusives, etc.

Vous ne passerez jamais trop de temps à développer la satisfaction de vos clients et à les fidéliser. Vous pourrez ainsi bénéficier d'un bouche à oreille positif et développer progressivement un réseau de clients qui deviendront les meilleurs « ambassadeurs » de votre entreprise et n'hésiteront pas à vous recommander.

Notez-bien !

Un conseiller Rivalis, chef d'entreprise comme vous, est là pour vous accompagner dans cette démarche et mettre en place avec vous les solutions concrètes qui correspondent le mieux à votre entreprise.

Comment bien recruter ?

Embaucher est une démarche importante pour l'entreprise. Compétence, polyvalence, autonomie, disponibilité immédiate pour une rémunération modeste : voilà ce que vous cherchez. Comme beaucoup de chefs d'entreprise, vous ne le trouvez pas ? ■■■

Comment trouver quelqu'un répondant aux attentes du poste. En étant réaliste puis au travers d'une vraie démarche de recrutement.

1 DÉFINIR SON BESOIN

Avant tout, on vérifie la capacité de l'entreprise à intégrer cette nouvelle personne, financièrement mais aussi en termes d'encadrement. On identifie les missions exactes et le « profil », l'alliance entre le savoir-faire et le savoir-être. Même en cas de remplacement, redéfinir son besoin est une opportunité pour faire évoluer l'organisation.

Définir son besoin en terme de compétences techniques

Identifier ce que la personne doit techniquement faire ou connaître. Cela se traduit par un niveau de diplôme, une expérience professionnelle, la description des tâches qui vont lui être confiées.

Définir les attentes en termes de personnalité et de savoir-être

La personne doit avoir certaines qualités selon le poste.

La personne devra-t-elle travailler seule ou en équipe ? Sera-t-elle directement en relation avec les clients ? Quel est son

degré d'autonomie dans la réalisation de ses tâches ? En fonction des réponses, vous ne chercherez pas les mêmes personnalités. Vous devez « vérifier » que le nouveau collaborateur saura fonctionner avec les personnes présentes, s'adapter à votre esprit d'entreprise et partager vos valeurs.

2 DÉFINIR LE CADRE

La rémunération

Elle doit prendre en compte les obligations légales. Elle est liée à une négociation entre

ce que le patron a prévu comme « budget » et les attentes du candidat. **Un accord est à trouver ensemble.**

N.B. Des aides à l'embauche existent : demandez conseil sur les dispositifs existants avant de vous lancer dans un recrutement.

3 LE PROCESSUS DE RECRUTEMENT

Rédigez une annonce explicite

Compétences attendues, type de contrat, rémunération, en respectant les obligations légales (sans critère discriminant). Plusieurs possibilités pour communiquer : réseaux professionnels, écoles et centres d'apprentissage, sites d'annonces en ligne. **Le simple**

Faites savoir que vous recrutez

« bouche à oreille » ne touche qu'un nombre limité de candidats potentiels. Vous devez étendre au maximum la diffusion de votre offre.

Trier les CV : on s'appuie sur les critères et les besoins définis pour un premier tri. Les personnes retenues sont reçues en entretien.

Se préparer à l'entretien

Votre objectif est de vous assurer que votre candidat possède les qualités dont vous avez besoin. Il faut préparer une liste de questions et vérifier que vous balayez bien toutes les compétences indispensables. Au-delà des affirmations du candidat, il faut lui demander d'illustrer ses compétences par des exemples concrets, lui demander une démonstration pour une compétence technique.

Déroulé de l'entretien

Dans un premier temps le patron demande à la personne de se présenter, de parler de son parcours. Ensuite le patron « creuse » les compétences attendues. Enfin, il parle de son entreprise, de l'équipe en place et vérifie la motivation de la personne à rejoindre son entreprise.



Cela prend du temps et demande des compétences particulières. Un mauvais recrutement est souvent « coûteux » pour l'entreprise. Bien au-delà du salaire versé, c'est votre temps qui est engagé mais aussi l'image de votre entreprise, jusqu'à l'équilibre au sein de votre équipe. Confier votre recrutement à un spécialiste est parfois bien rentable !

Notez-bien !

Des professionnels sauront vous accompagner pour mettre toutes les chances de votre côté. C'est un investissement qui vous apporte des garanties de succès pour votre recrutement.

ÊTES-VOUS UN EXCELLENT CHEF D'ENTREPRISE ? *Faites le test en 1mn*

- Cette année, avez-vous fait un prévisionnel ? ☐ OUI ☐ NON
- Connaissez-vous précisément au jour le jour la situation de votre entreprise ? (CA, résultat net, etc.) ☐ OUI ☐ NON
- Êtes-vous pleinement satisfait de vos revenus en tant que dirigeant ? ☐ OUI ☐ NON
- Savez-vous précisément combien vous allez gagner sur chaque vente ou sur chaque devis avant de l'envoyer ? ☐ OUI ☐ NON
- Dans les 15 derniers jours, avez-vous relancé tous vos impayés ? ☐ OUI ☐ NON
- Vous sentez-vous serein en tant que chef d'entreprise ? ☐ OUI ☐ NON
- Avez-vous estimé votre niveau de trésorerie dans 30 jours ? ☐ OUI ☐ NON
- Avez-vous pris suffisamment de congés cette année ? ☐ OUI ☐ NON
- Dans les 12 derniers mois, avez-vous demandé un conseil à un professionnel extérieur sur votre entreprise (en dehors de votre expert-comptable) ? ☐ OUI ☐ NON
- Votre entreprise vous a-t-elle permis de réaliser un de vos rêves ? (voyage, passion, loisir, temps pour la famille, nouvelle voiture, etc.) ☐ OUI ☐ NON

Vous avez 10 OUI, bravo !

Vous êtes un excellent chef d'entreprise et vous devez être le plus heureux du monde !

Vous avez 1 ou plusieurs NON, oups !

Vérifiez toutes les questions où vous avez répondu « non ». Sachez qu'avec un bon accompagnement en pilotage, vous auriez pu répondre « Oui » à toutes les questions.

Vous avez dit Trésorerie...

Toute entreprise doit disposer de ressources suffisantes pour faire face à ses engagements financiers quotidiens : salaires, fournisseurs, charges sociales, etc. La trésorerie doit être gérée quotidiennement et avec rigueur. Si elle est un indicateur sensible et indispensable à une saine gestion, elle n'indique pas à elle seule le niveau de rentabilité. ■■■

Vous pouvez disposer d'un compte créditeur sans avoir la vision globale de certaines charges en attente de règlement qui pourraient rendre votre compte débiteur quelques semaines plus tard. À contrario, vous pouvez être à découvert, faire différer en conséquence des paiements prévus, et encaisser quelques jours plus tard des factures en souffrance de règlements depuis plusieurs semaines.

Pourquoi ces fluctuations de trésorerie et quelle en est l'origine ? L'évolution de vos besoins de trésorerie révèle la capacité de votre entreprise à faire face ou non à ses engagements de dépenses. Une détérioration de votre trésorerie peut être due notamment à :

- La croissance rapide du chiffre d'affaires
 - Une diminution de marge
 - L'augmentation des stocks
 - Le retard de paiement de vos clients ou un impayé important
 - La réduction des délais accordés par vos fournisseurs
 - Des charges trop importantes (salaires, loyers) relativement à votre C.A.
 - Une branche d'activité déficitaire
 - Des investissements réalisés avec des financements insuffisants et/ou inadaptés
 - Un endettement excessif
 - Des prélèvements de l'exploitant trop importants
 - Une surévaluation du niveau de rentabilité
- Une bonne identification de vos besoins et un suivi précis de la trésorerie sont particulièrement importants puisque son insuffisance peut mettre votre entreprise en difficulté voire en danger.

Il est nécessaire d'analyser de façon réaliste avec votre Conseiller, les points suivants :

- L'évolution de votre chiffre d'affaires
- La définition de vos ratios principaux

- Les délais de règlement de vos clients et fournisseurs
- L'organisation et la rotation de vos stocks
- Les dettes fiscales et sociales
- L'élaboration d'un prévisionnel en conséquence

Vous pouvez mettre en place les outils adaptés au suivi de l'évolution de votre trésorerie.

Ils rendent compte en continu de vos flux d'encaissement et de décaissement. Ils récapitulent les mouvements mensuels et anticipent la situation à venir à partir des dates d'échéance. Ils vous permettent ainsi de constater l'état présent et futur de votre trésorerie, détecter à l'avance vos besoins, et solliciter votre banque si nécessaire.

Nos recommandations pour améliorer votre trésorerie :

- Demandez un acompte à la signature du marché
- Présentez votre facture dès que la prestation est réalisée
- Faites de la facturation intermédiaire pour les chantiers importants
- Rapprochez les encaissements reçus avec les dates de paiement initiales afin de réduire l'écart
- Relancez les clients par téléphone, immédiatement après la date d'échéance
- Limitez vos stocks au juste nécessaire

N'accordez pas systématiquement des facilités de paiement

Toutes ces solutions sont à mettre en œuvre, en plus d'une démarche auprès de votre banquier. Il doit vous proposer des solutions adaptées telles que facilité de caisse, découvert autorisé, escompte, affacturage, financement de marchés publics, etc.

Notez - bien !

N'attendez pas le dernier moment pour aller voir votre banque. Anticipez. Ces problèmes de trésorerie sont difficiles à traiter dans l'urgence, avec le risque d'essuyer des refus lourds de conséquences. Au besoin, faites-vous accompagner.

Stratégie commerciale

Les bonnes pratiques pour développer son activité

Pour développer l'activité de votre entreprise, vous devez avoir les bons réflexes ■ ■ ■

Avoir une bonne image, un bon « bouche à oreille » :

- **Être réactif** envers les prospects et les clients
- Messagerie d'accueil téléphonique accueillante et professionnelle (français et anglais si clientèle étrangère)
- **Répondre aux devis rapidement** et se déplacer pour les présenter (notamment pour les devis importants)
- **Réaliser un travail de qualité** en tout point conforme au devis
- **Être à l'écoute des Clients** et les conseiller dans leurs intérêts
- **Avoir ses véhicules et tenues propres, ses outils de travail ordonnés**
- **Avoir des locaux accueillants**, propres, rangés, afficher les photos des réalisations, labels et diplômes
- Laisser des chantiers ou prestations propres
- Respecter les délais convenus et **toujours avertir le Client si dépassement**
- Faire le tour du chantier ou de la prestation terminée avec le Client (**PV réception de chantier**)
- Plusieurs mois après la fin de la prestation, prendre contact avec le Client sur sa satisfaction du travail réalisé, lui apporter des conseils et **assurer le SAV** si besoin
- Poser une étiquette avec les coordonnées de l'Entreprise sur l'installation réalisée

Améliorer la notoriété de l'entreprise « faire connaître ses savoir-faire » :

- **Logo facilement identifiable** et mémorisable
- Logo commun sur carte de visite, flyer, tenues, véhicules, documents administratifs, site internet
- Distribuer des flyers de l'entreprise : dans les

boîtes aux lettres autour du chantier, dans certains lieux très fréquentés (commerces, mairie, coworking, etc).

- **Se faire connaître et recommander** par des confrères dans des métiers complémentaires à l'activité de l'Entreprise, des architectes, agences immobilières, office du tourisme, mairie, associations, ...
- **Poser un panneau de chantier** sur chaque chantier pour se faire connaître
- **Avoir un site internet efficace**
- Avoir un bon référencement sur Google et Facebook pour être bien positionné
- Les Pages Jaunes sont toujours bien placées sur Google. Se faire référencer avec les bons métiers et zones géographiques
- Demander à ses Clients satisfaits de **faire un témoignage** pour les supports de l'Entreprise.

Développer de nouveaux marchés :

Se poser les bonnes questions sur les marchés que l'Entreprise serait capable de développer.

- Un peintre peut démarcher les hôtels, ou développer un marché spécifique.
- Un paysagiste peut développer l'égavage, dont la saisonnalité est complémentaire et la marge élevée.
- Un électricien peut se spécialiser en domotique, porteur et générateur de plus-value technique, il aura une meilleure rentabilité car vendu plus cher et moins concurrencé.

Notez - bien !

Plus vous avez d'activité plus il est facile de choisir les chantiers réellement rentables !

Votre Conseiller Rivalis



Luc DÉCOMBE

367 rue des Gayottes
42600 CHAMPDIEU

www.3dpro-loire.fr
luc.decombe@3dpro-loire.fr

06 86 43 00 76



Vous êtes entrepreneur, créateur, repreneur...

Vous voulez faire avancer votre entreprise ?

Vous manquez d'éléments ? de temps ?

Nous pouvons vous aider.

Votre conseiller réalise avec vous l'analyse et la réflexion
pour atteindre vos objectifs.

*Contactez-nous pour un premier entretien,
c'est sans engagement, gratuit et confidentiel.*

À bientôt

Luc Décombe

