



Communiqué de presse - Janvier 2016

Actualités économiques des TPE-PME

TPE-PME : 3 conseils pour bien démarrer 2016 ?

Avis d'expert - Odile Olivier, Dirigeante de Petite-Entreprise.net

Le dernier baromètre P-E.net de janvier 2016* a révélé que, dans une large majorité, les dirigeants de TPE (Très Petites Entreprises) étaient plutôt satisfaits de l'année 2015 et qu'à 87%, ils espéraient même faire mieux en 2016. Après les espoirs, les faits : voici quatre conseils qu'il nous semble important de suivre pour exaucer les vœux de succès des petites entreprises.

Faire un audit de sa performance commerciale et de sa relation clients

Pour 42%* des TPE, développer le chiffre d'affaires est la priorité numéro 1 en 2016. L'audit de la performance commerciale et de ses relations clients est le premier point à travailler pour répondre à cet objectif. Cet audit complet doit suivre trois axes principaux :

- **Un audit de satisfaction de ses clients** : en face à face ou par mail, il est extrêmement important de procéder à une enquête de satisfaction auprès de ses clients pour évaluer les forces et faiblesses de l'entreprise et déceler les leviers d'amélioration. Niveau de satisfaction globale, souhaits concernant l'offre produits/services, freins à l'achat, évaluation de la relation client sont des exemples de données à extraire de ce questionnaire. Cette performance peut être mesurée par le commerçant indépendant comme par une TPE de 10 salariés : outre le fait d'améliorer le lien avec ses clients, l'objectif est de définir ou confirmer la "proposition de valeur" de l'entreprise, c'est à dire la plus-value que l'entreprise apporte à ses clients dans leurs habitudes de consommation (Exemple : Proposer du pain chaud sortant du four toutes les heures).
- **Un audit des commerciaux / vendeurs** : régulièrement, il est important de demander à ses salariés (ou a soi-même) d'effectuer un audit de leur performance commerciale. Discours, argumentaire, état d'esprit du vendeur, succès et échecs (et raisons de ces succès/échecs). Le dirigeant peut en tirer des conclusions importantes pour optimiser ses performances commerciales.
- **Un audit des indicateurs clés de la performance commerciale** : taux de transformation, nombre de rendez-vous mensuels, taux de marge moyen par contrat, etc. sont autant d'indicateurs pour évaluer de façon générale la performance commerciale et permet d'effectuer un suivi mensuel.

Trouver de nouveaux clients

Une fois ces trois audits réalisés, le dirigeant doit évaluer la concurrence dans sa zone de chalandise, et savoir comment se différencier, c'est un passage important. Cela fait aussi partie de la définition de la "proposition de valeur" indiquée ci-dessus. Si un concurrent important se positionne sur le même type d'offre, il faudra trouver un moyen de se distinguer et communiquer fortement sur cette différence, qui pourra justifier une différence de prix par exemple.

L'étude de la concurrence peut être effectuée par un consultant indépendant ou une entreprise spécialisée. Petite-Entreprise.net met à disposition des artisans, commerçants et TPE une application "Etude de marché" qui permet d'accéder à un grand nombre de données agrégées à partir de différentes sources (INSEE, Infogreffe, etc.), moyennant un coût réduit.

Ce travail permettra au dirigeant de TPE de :

- Créer une nouvelle offre qui corresponde à un segment de son marché inexploité jusqu'à présent
- Analyser les concurrents qui fonctionnent le mieux pour développer des stratégies adéquates
- Lancer des campagnes de communication mieux ciblées (flyers, prospectus, affichage, démarchage, etc.).
- Tester de nouveaux canaux de distribution, comme la vente en ligne (on peut tester ce canal assez simplement sur Amazon.fr par exemple)
- Fidéliser ses clients grâce à une bonne écoute (audit clients) : produits complémentaires, cartes de fidélité, nouveaux produits, etc.
- Développer des partenariats lorsqu'on n'est pas spécialiste d'un domaine où quand l'investissement est trop important.

Optimiser ses modes de rémunération

Enfin, le développement du chiffre d'affaires n'est pas la seule source de revenus. En effet, le dirigeant n'imagine souvent pas combien il pourrait gagner en optimisant son statut social et ses modes de rémunération. Petite-Entreprise.net a travaillé sur ce sujet afin d'apporter aux TPE des outils d'optimisation de leurs revenus. Les résultats peuvent aller jusqu'à 50% de rémunération supplémentaire pour le dirigeant en adaptant la situation sociale du dirigeant et de son/sa conjoint(e) : il ne faut donc pas s'en priver.

Source : Baromètre mensuel Petite-Entreprise.net - Enquête téléphonique auprès de 100 créateurs d'entreprise et dirigeants de TPE-PME interrogés du 11/12/2015 au 11/01/2016

A propos de Petite-Entreprise.net

Petite-entreprise.net est un portail destiné aux dirigeants de TPE (Très Petites entreprises, 0-19 salariés) né en 2007 de la volonté d'apporter de l'information, des services et du conseil de proximité aux petites entreprises, à l'instar des plus grandes. Petite-Entreprise.net est l'unique site proposant une rencontre, sous 48h, entre un dirigeant et un professionnel du conseil qualifié, avec un service d'urgence pour les patrons en difficultés (SOS Patron®). Le site propose un répertoire de plus de 956 Correspondants locaux sous contrat avec Petite-Entreprise.net, pour aider les créateurs et dirigeants dans leur quotidien. Avec 6,7 millions de visites en 2015, il s'affirme comme le site privé leader sur son marché. Valpolis, société éditrice de Petite-Entreprise.net, est portée par le Groupe Phosphore, groupe alsacien au capital de 8,6 M€.

Pour en savoir plus : www.petite-entreprise.net

Contacts Presse

L'AgenceRP

Isabelle Petit / Tatiana Vieira

+33 (0)1 81 89 28 23

petite-entreprise@lagencerp.com