



RESSOURCE PREMIUM · BIZ CONSULTING
GUYANE

D'où pourrait venir votre prochain palier de chiffre d'affaires ?

Repérer les leviers de croissance déjà disponibles dans l'entreprise.

bizconsulting-guyane.com · service@bizconsulting-guyane.com · 0694 14 20 53

Faire plus de chiffre d'affaires ne signifie pas forcément trouver plus de clients

Quand une entreprise veut se développer, le premier réflexe est souvent :

« Il nous faut plus de clients. »

C'est une possibilité.

Mais votre chiffre d'affaires peut aussi progresser si :

- davantage de prospects deviennent clients ;
- vos clients achètent davantage ;
- ils achètent plus souvent ;
- vous développez une offre plus rentable ;
- vous réactivez d'anciens clients ;
- vous développez une nouvelle clientèle ou un nouveau marché.

Autrement dit, **la croissance ne possède pas une seule porte d'entrée.**

1. Regardez d'où vient votre chiffre d'affaires aujourd'hui

Répondez simplement :

Vos clients

Avez-vous suffisamment de nouveaux clients ?

Oui Non Je ne sais pas

Une partie de vos anciens clients pourrait-elle revenir plus souvent ?

Oui Non Peut-être

Vos ventes

Pourriez-vous vendre davantage à certains clients existants ?

Oui Non Peut-être

Certaines offres pourraient-elles être davantage développées ?

Oui Non Je ne sais pas

Vos prospects

Recevez-vous déjà des demandes qui n'aboutissent pas toujours ?

Oui Non Je ne sais pas

Savez-vous ce que deviennent vos prospects après leur première demande ?

Oui Pas toujours Non

2. Les mêmes 100 000 € peuvent devenir 120 000 € de plusieurs façons

Imaginons une entreprise réalisant **100 000 € de chiffre d'affaires**.

Pour progresser, elle pourrait chercher :

davantage de nouveaux clients.

Mais elle pourrait aussi obtenir une partie de cette croissance en améliorant la transformation de ses demandes, en augmentant certains achats ou en faisant revenir davantage d'anciens clients.

Ces leviers ne demandent pas nécessairement **les mêmes actions, les mêmes investissements ni les mêmes compétences**.

C'est pourquoi commencer par :

« Il faut faire plus de publicité »

peut être prématuré.

3. Où voyez-vous le plus de potentiel aujourd'hui ?

Classez intuitivement ces possibilités :

Possibilité	Fort potentiel	Peut-être	Peu probable	Je ne sais pas
Attirer davantage de nouveaux clients				
Transformer davantage de prospects en clients				
Faire acheter davantage les clients actuels				
Faire revenir davantage d'anciens clients				
Développer une offre plus porteuse				
Développer une nouvelle clientèle / un nouveau marché				

Il ne s'agit pas encore de choisir.

L'objectif est de constater que **plusieurs chemins peuvent mener au même objectif de croissance**.

4. Votre intuition n'est qu'un point de départ

Vous pouvez penser que votre principal potentiel est d'obtenir plus de clients.

Et avoir raison.

Mais vous pourriez aussi découvrir que vous recevez déjà suffisamment de demandes et en perdez beaucoup avant la vente.

Ou que votre clientèle existante représente un potentiel largement inexploité.

Ou encore que certaines offres mobilisent beaucoup d'énergie pour peu de résultat tandis que d'autres pourraient être davantage développées.

Le meilleur levier de croissance n'est donc pas nécessairement le plus visible.

Ce que vous venez d'apprendre

« Faire plus de chiffre d'affaires » est un objectif.

Ce n'est pas encore une stratégie.

Avant de décider où investir du temps ou de l'argent, il faut comprendre **quel levier semble aujourd'hui limiter ou pouvoir accélérer votre croissance.**

La question suivante devient donc :

Qu'est-ce qui vous empêche aujourd'hui de vendre davantage ?