



## VIGILUS GROUPE SA

Sécurité électronique - Sécurité Interne des Entreprises (Gardiennage) - Sécurité incendie Solutions IT - Monétique - Nettoyage - Solutions ATEX - Formations QHSE



### **DIAGNOSTIQUER, STRUCTURER ET OPTIMISER DES PLANS UN DISPOSITIF À DEPLOYER POUR ATTEINDRE LES OBJECTIFS COMMERCIAUX DE L'ANNÉE 2024.**

Nous sommes en management et la structuration stratégique et la planification sont déterminantes pour garantir du résultat et conserver ses chances d'atteindre ses objectifs.

Nous (responsables de services et équipe commerciale) devons travailler à structurer et planifier de quoi atteindre et dépasser nos objectifs commerciaux en répondant aux questions suivantes :

#### • **FAIRE L'ÉTAT DES LIEUX**

**1. Ou en étions-nous l'année dernière par rapport à nos performances (taux de réalisations) ?**

Comparé à l'année précédente, nous avons enregistré une nette augmentation des ventes et créé quatre applications supplémentaires. De plus, nous avons élaboré un site dédié au département de la monétique, renforçant ainsi notre présence et notre suivi sur les réseaux sociaux.

**2. Qu'est-ce que nous avons réussi de façon exceptionnelle ?**

Nous avons réussi à concevoir des sites web et des applications de gestion de manière exceptionnelle. De plus, nous avons exploré avec succès les technologies du cloud pour la sauvegarde efficace de nos données.

**3. Où avons-nous connu des performances mitigées ?**

Les performances de notre département dans ses activités commerciales ont été variables, principalement en raison de notre concentration accrue sur le développement de solutions logicielles pour la dématérialisation des services.

**4. A quel niveau nos efforts n'ont-ils pas été suffisants ?**

Les efforts déployés dans la prospection de clients n'ont malheureusement pas été suffisamment vigoureux ni efficaces, ce qui a impacté notre capacité à attirer de nouveaux clients de manière significative.

**5. Qu'aurions-nous pu mieux faire ?**

En complément de notre clientèle existante, nous aurions pu étendre nos activités en recherchant de nouveaux clients.

#### • **ÉVALUER LES OPPORTUNITÉS**

**1. Sur quels segments du marché nous pouvons gagner plus si nous optimisons nos stratégies et nos pratiques ?**

Nous devrions concentrer nos efforts d'optimisation sur les services d'infogérance informatique, un secteur en forte croissance avec une demande croissante. En offrant des solutions personnalisées et des services de qualité, nous avons l'opportunité de conquérir une part plus importante de ce marché en expansion.

La transformation digitale est un domaine essentiel où nous pouvons maximiser nos gains en optimisant nos stratégies. Cela implique d'identifier les secteurs en retard dans la transformation digitale et de développer des solutions sur mesure pour répondre à leurs besoins. En mettant l'accent sur les services de consultation en transformation digitale, nous pouvons positionner notre département en tant que leader, accompagnant les entreprises tout au long de leur parcours de transformation, de la planification à la mise en œuvre.

**2. Sur quels aspects nos concurrents excellent et que font-ils d'exceptionnel et que nous devons copier et nous mettre à faire (avec des adaptations et spécifications ?)**

Collaborations internationales : Nos concurrents cherchent activement à renforcer leurs collaborations à l'échelle mondiale, en établissant des partenariats avec des entreprises technologiques internationales. Cette approche vise à favoriser un échange de connaissances mutuellement avantageux.

**3. A quel niveau nous aurons pu mieux gagner si nous faisons preuve de plus d'agressivité, d'exhaustivité et d'engagement ?**

En intensifiant notre approche de prospection, nous aurions pu tirer davantage parti des opportunités présentes sur le marché sénégalais. Cela aurait nécessité une identification active de nouveaux clients potentiels, la mise en place de stratégies marketing ciblées et une attitude proactive dans la recherche de nouvelles opportunités d'affaires.

En diversifiant notre offre de services de manière plus exhaustive, notamment en élargissant notre gamme de solutions de transformation digitale adaptées aux besoins spécifiques du marché sénégalais, nous aurions pu mieux répondre aux attentes des clients. Cette diversification des services aurait également inclus une personnalisation accrue en fonction des spécificités des industries locales, renforçant ainsi notre positionnement sur le marché sénégalais.

**4. A quel niveau avons-nous manqué d'engagement ?**

Notre défaut d'implication dans la veille des tendances du marché a entraîné une moindre réactivité aux évolutions et aux opportunités naissantes. En étant moins attentifs aux signaux du marché, nous avons également limité notre capacité à anticiper les demandes émergentes et à ajuster rapidement nos stratégies en conséquence.

• **OPTIMISER L'OPINION GUÉRILLA MARKETING**

**1. Qu'allons-nous nous obliger à faire avec les moyens dont nous disposons actuellement et que les autres ne voudront pas faire ou attendront plus de moyens pour faire ?**

- **Optimiser notre présence en ligne** : Nous devrions investir dans la création de contenus de qualité pour notre site web, élaborer une stratégie de médias sociaux pour renforcer notre engagement en ligne, et explorer des approches novatrices de marketing numérique afin d'atteindre notre public cible de manière efficace.

- **Améliorer la formation continue :** En tirant parti des ressources en ligne, tels que des plateformes de formation virtuelle, des webinaires et des partenariats avec des experts du secteur, nous pourrions renforcer les compétences de notre équipe sans grever nos coûts de formation.
  - **Innover dans le service client :** En explorant l'utilisation de chatbots intelligents et en mettant à niveau notre système CRM, nous pourrions améliorer considérablement notre service client sans nécessiter d'investissements massifs, tout en restant à la pointe de la technologie.
  - **Maximiser l'utilisation de nos espaces de travail :** En favorisant la flexibilité du travail et en intégrant des pratiques de travail à distance, nous pourrions rationaliser nos coûts opérationnels tout en créant un environnement de travail plus agile et adapté aux besoins changeants de notre entreprise.
- 2. Si nous n'avions pas d'autres choix que d'atteindre nos objectifs que ferions-nous ?**
- En tant qu'entreprise de sécurité, si nous devons absolument atteindre nos objectifs malgré des contraintes, nous devrions agir de manière stratégique et concentrée. Voici quelques choses que nous pourrions faire :
- **Gérer les Tendances du Marché :** Suivons de près les évolutions du marché malgré les contraintes. Identifions rapidement les opportunités et adaptons nos stratégies en conséquence. Une analyse approfondie nous aidera à prendre des décisions éclairées.
  - **Innover de Manière Économique :** Trouvons des solutions créatives et économiques pour répondre aux besoins du marché. Cela pourrait impliquer des partenariats stratégiques, l'optimisation de nos processus existants et de nouvelles façons plus efficaces de fournir nos services.
- 3. Qu'allons-nous faire et dire à nos clients malgré nos insuffisances et nos défaillances afin de ne pas utiliser nos manquements internes pour justifier nos écarts de performance ?**
- Quand il s'agit de communiquer avec nos clients malgré nos insuffisances internes, il est important d'adopter une approche transparente et proactive.
- Voici comment nous pourrions agir et ce que nous pourrions dire pour éviter d'utiliser nos manquements internes comme justification pour nos écarts de performance :
- **Plan d'action clair :** Présentons un plan d'action clair pour résoudre les problèmes identifiés. Les clients seront plus enclins à comprendre et à rester engagés s'ils voient que des mesures concrètes sont prises pour améliorer la situation.
  - **Feedback des clients :** Encourageons activement les retours des clients sur leurs préoccupations. Leur implication dans le processus de résolution peut renforcer la confiance et montrer que nous accordons de l'importance à leurs perspectives.
  - **Communication régulière :** Établissons une communication régulière pour tenir nos clients informés des progrès réalisés dans la résolution des problèmes. Cela démontre notre engagement continu et maintient un dialogue ouvert.
  - **Offres de compensation :** Si les insuffisances ont un impact direct sur nos clients, envisageons des offres de compensation appropriées, telles que des remises, des services supplémentaires, ou d'autres avantages pour atténuer les inconvénients qu'ils pourraient subir.

- **Écoute active** : Pratiquons une écoute active envers les préoccupations des clients. Cela montre que nous comprenons leurs inquiétudes et que nous sommes déterminés à répondre à leurs attentes.
- **Communication constructive** : Abordons la communication avec une perspective constructive, en mettant en avant les leçons apprises et les améliorations prévues plutôt que de se concentrer uniquement sur les problèmes passés.

En adoptant ces conseils, nous pouvons renforcer notre relation avec les clients malgré les défis internes, montrant ainsi notre engagement envers la résolution proactive des problèmes et la satisfaction continue de nos clients.

#### **4. Qu'allons-nous faire si nous n'avons pas de moyens mais que devons atteindre et dépasser absolument nos objectifs ?**

Dans une situation où nous n'avons que des ressources limitées mais devons absolument atteindre et dépasser nos objectifs, nous allons adopter une approche axée sur la réalisation de ces objectifs avec les moyens disponibles.

Voici quelques mesures que nous pourrions prendre :

- **Optimisation des Ressources Actuelles** : Évaluons attentivement nos ressources existantes et identifions les domaines où nous pouvons les utiliser de manière plus efficace. Cela pourrait inclure la réaffectation de personnel, l'utilisation de technologies existantes de manière plus efficiente, et l'optimisation des processus.
- **Partenariats Stratégiques** : Explorons des partenariats stratégiques avec d'autres entreprises ou organisations qui pourraient partager des ressources complémentaires. Cela pourrait inclure des collaborations pour des projets spécifiques ou des échanges de compétences et de connaissances.
- **Priorisation Rigoureuse** : Identifions les objectifs les plus cruciaux et concentrons-nous sur eux de manière prioritaire. En mettant l'accent sur l'essentiel, nous maximisons nos chances de succès même avec des ressources limitées.
- **Flexibilité dans les Approches** : Soyons flexibles dans nos approches et prêts à ajuster nos stratégies en fonction des circonstances. La capacité à s'adapter rapidement aux changements est essentielle lorsque les ressources sont limitées.
- **Mobilisation de l'équipe** : Engageons et motivons notre équipe en communiquant clairement les objectifs et en les impliquant dans la recherche de solutions. L'enthousiasme et l'engagement de l'équipe peuvent compenser le manque de ressources.

En adoptant ces mesures, nous chercherons à maximiser notre efficacité opérationnelle et à surmonter les limitations de ressources, nous permettant ainsi d'atteindre et même de dépasser nos objectifs malgré les contraintes.

### **• ELABORER UN PLAN D'ACTION COMMERCIALE QUANTIFIÉE**

#### **1. Combien d'affaires pour chaque produit ou d'offres allez-vous proposer pour atteindre vos objectifs ?**

Pour maximiser nos opportunités de vente et atteindre nos objectifs malgré la variété de produits, nous allons adopter une approche stratégique :

- **Segmentation Prioritaire** : Classifions nos produits par segments clés, en mettant l'accent sur ceux qui ont le plus grand potentiel de contribution financière.
- **Objectifs Spécifiques** : Fixons des objectifs de vente spécifiques pour chaque segment, en tenant compte de la croissance attendue, de la part de marché visée, et d'autres indicateurs pertinents.
- **Flexibilité et Adaptation** : Restons flexibles dans notre approche, prêts à ajuster notre stratégie en fonction des performances réelles de chaque produit.
- **Suivi Continu** : Mettons en place un suivi continu des performances pour une analyse régulière, nous permettant d'ajuster notre approche en temps réel.

Cette approche ciblée nous aidera à maximiser notre impact commercial malgré la complexité de notre gamme de produits.

## 2. Quelles sont les actions et démarches à faire pour réaliser les quotas pour chaque offre / produit ?

Pour atteindre les quotas pour chaque offre ou produit, nous devons mettre en place des actions spécifiques et des démarches ciblées. Voici quelques étapes clés à suivre :

- **Analyse des Offres/Produits** : Évaluons la performance actuelle de chaque offre ou produit pour identifier les points forts et les opportunités d'amélioration.
- **Définition d'Objectifs Clairs** : Fixons des objectifs de vente spécifiques et mesurables pour chaque offre ou produit, en alignant ces objectifs sur les quotas définis.
- **Création de Stratégies Marketing** : Élaborons des stratégies marketing spécifiques pour chaque produit ou offre. Utilisons des canaux appropriés tels que les médias sociaux, le marketing par e-mail, la publicité en ligne, etc., pour maximiser la visibilité.
- **Segmentation du Public Cible** : Identifions et segmentons le public cible pour chaque offre. Personnalisons nos arguments de vente en fonction des caractéristiques et des besoins spécifiques de chaque segment.
- **Formation de l'Équipe de Vente** : Assurons-nous que notre équipe de vente est bien formée et informée sur les caractéristiques et avantages de chaque produit. Renforçons leurs compétences en matière de vente pour une approche plus proactive.
- **Offres Spéciales et Promotionnelles** : Créons des offres spéciales et promotionnelles pour stimuler la demande. Ces incitations peuvent attirer l'attention des clients et accélérer le processus d'achat.
- **Feedback Client** : Sollicitons le feedback des clients pour comprendre leurs besoins et ajuster nos offres en conséquence. La satisfaction client est essentielle pour fidéliser la clientèle.
- **Innovation Continue** : Soyons prêts à innover et à introduire de nouvelles fonctionnalités, des améliorations ou des variantes pour maintenir l'intérêt du marché.

En mettant en œuvre ces actions, nous renforcerons notre position pour atteindre et dépasser les quotas définis pour chaque offre ou produit.

3. **Quels types (et combien) de pôles de réalisation de chiffre d'affaires (niches, partenaires de distribution, tailles de force de vente, dispositifs de captation B2B, nombre de campagnes, de challenges, de promotions, nouveaux lançements, nouveaux partenariats, présence, action de publicité, budget de publicité, réseaux à activer...) pour atteindre les objectifs ?**
  - **Expansion Géographique** : Considérer l'expansion géographique en identifiant de nouveaux marchés ou en étendant notre présence dans des régions où la demande pour nos produits et services est en croissance. Cela élargit notre empreinte et diversifie les sources de revenus.
  - **Partenariats Stratégiques** : Établir des partenariats stratégiques avec d'autres entreprises du secteur pour accéder à de nouveaux clients ou combiner des compétences complémentaires. Ces alliances peuvent stimuler la croissance et ouvrir de nouvelles opportunités commerciales.
4. **Quelle intensité, production et performance minimum par pôle et à quelle fréquence ?**

Chaque pôle a des objectifs spécifiques en termes d'intensité, de production et de performance, alignés sur nos objectifs globaux. Ces paramètres sont adaptés à la nature de chaque activité et sont régulièrement évalués pour assurer une agilité opérationnelle tout en maintenant des normes élevées de qualité.
5. **Comment allons-nous optimiser, huiler, animer et faire performer les pôles afin de garantir la performance ?**
  - Communication Renforcée
  - Formation Continue
  - Mesure des Performances
  - Agilité Stratégique