

« Nous sommes tous en situation pour vendre notre entreprise (produits/service/ambiance) »

Nous avons juste besoin d'implication, de motivation, de vision et de bon sens.



Qui a tué la vente est une vidéo de formation commerciale qui a circulé dans les années 80 et son thème montrait à quel point **tous les maillons d'une chaîne sont importants pour le bon fonctionnement de l'entreprise.**

C'est parce que **la course à la qualité n'a pas de ligne d'arrivée**, que nous devons sans cesse améliorer le différentiel qui nous procure l'attention personnalisée de nos clients sur notre spécialité/produit/service.

82% des pertes de clients est dû à un mécontentement envers la qualité de la prestation (14%)
le traitement de la relation (68%).

Cette information montre la stratégie à suivre pour stabiliser et consolider notre entreprise.

Nous avons besoin d'implication...

Il est fondamental d'impliquer toute l'équipe humaine de notre entreprise, de la personne chargée du ménage au gérant, chacun doit comprendre que, de son implication dépend la pérennité de l'entreprise. Le résultat de la vente (produits/service/ambiance) est la conséquence des interconnexions et des attitudes qui prolifèrent au sein de l'équipe qui constitue l'entreprise.

Le 1^{er} objectif est de conserver le client actuel en maintenant sa satisfaction à chacun de ses contacts avec notre organisation.

« Le coût de maintenance d'un client est inférieur au coût d'attraction d'un nouveau client, mais ce dernier est à son tour inférieur au coût de récupération d'un client perdu ».

Ce concept est impossible à développer sans l'implication de toute l'équipe : « sans client, il n'y a pas de société »

Nous avons besoin de motivation...

La motivation a une dimension morale et une dimension économique.

L'Être Humain pense d'abord à lui, aussi est-il naturel, par légitime défense de nos intérêts économiques, d'opter pour la dimension morale.

« C'est un manque de respect... », « Je ne suis pas payé pour faire cela... », « C'est le travail des autres... », « Du moment que moi je gagne... » etc...

L'Entreprise encourage ses employés par des incitations économiques, et oublie de leur donner l'importance des objectifs à moyen et long terme pour maintenir la fidélité des clients, et donc la logique des coûts et des efforts économiques qui sont nécessaires.

L'avantage devient alors une habitude sans engagement de retour, dans l'intégration au projet d'entreprise.

« Il n'y a que dans le dictionnaire que le mot Argent arrive avant le mot Travail ».

La motivation, au sens le plus large du terme, nécessite toutes les ressources à la fois morales et économiques.

Nous avons besoin de vision...

Il est clair que, pour la motivation puisse se développer efficacement vers un but commun, les dirigeants doivent être en capacité d'exprimer une direction, une vision qui convienne à la demande des attentes exprimées par les utilisateurs de leur produit/service.

Dire où l'on va est un préalable qu'il est nécessaire de compléter par une clarification des comportements que nous estimons nécessaires pour l'atteinte de notre but commun. Il est recommandé de co-rédiger une charte relationnelle, un « guide de bonne conduite ».

« Il faut savoir ce que l'on veut. Quand on le sait, il faut avoir le courage de le dire.

Quand on le dit, il faut avoir le courage de le faire » George Clemenceau

Une vision d'entreprise claire et motivante traduit notre volonté de communiquer nos aspirations à notre équipe et à nos partenaires

Nous avons besoin de bon sens...

Aucune entreprise ne peut se passer de stratégie dans le monde actuel. L'environnement y est trop changeant, la concurrence y est trop vive pour que l'on puisse prendre le risque de se laisser glisser au fil de l'eau.

C'est tous les jours que nous prenons des décisions stratégiques (celles qui engagent notre futur et celui de notre entreprise).

Nous le faisons parfois sans nous en rendre compte, d'autres fois sous la pression des événements, et nous les prenons quand même.

Attention : il n'y a aucun moyen d'échapper, car ne pas décider est une décision à part entière.

« Ce que chacun fait, il le décide » Virginie Despentès.

Le bon sens se définit comme une décision compréhensible et partagée par le plus grand nombre.

Les plus KALEIDO

Une méthodologie originale



Une équipe expérimentée

« Accompagner les changements de comportements individuels et collectifs »

une valeur pédagogique combinant l'exigence et la bienveillance envers les participants

une méthode prioritairement axée sur le pragmatisme et le concret

des activités ludiques et/ou sportives utilisées comme des outils de découverte pédagogique

un concept centré sur l'apprentissage par l'action

des supports simples et opérationnels sous forme de cartes de mémorisation

une prise d'engagement à l'action formalisée sous forme d'objectifs contrôlables et mesurables

une synthèse imagée des faits marquants de l'action

un pool de 10 formateurs/consultants experts en management d'équipe

un double parcours de haut niveau dans le sport et l'entreprise

une conviction commune basée sur la résolution de l'équation managériale $E = MC^2$ (voir site www.kaleido.pro)

des valeurs fortes : « Je suis S.P.O.R.T. ♀, je vise l'Or » (♀ Simplicité Performance Ouverture Respect Transparence)

Kaleido est lauréat 2007 réseau Entreprendre Nord dans la catégorie « création innovante »