SOCIÉTÉ DE LA CRÉATION AU PREMIER EURO DE CA TOME 1 VENTES

Nicolas FAUX

Préface

Ce livre a été conçu pour vous accompagner dans l'aventure passionnante – et parfois périlleuse – qu'est la création d'entreprise. Il s'appuie sur mon propre parcours, notamment la fondation de ma société, PMESOFT.

Je m'appelle Nicolas FAUX et j'ai plus de 20 ans d'expérience dans la vente de solutions ERP destinées aux PME et PMI. Au fil de ces années, j'ai travaillé aussi bien pour un éditeur que pour son réseau d'intégrateurs, avec un focus constant sur le développement commercial, et plus particulièrement sur la conquête de nouveaux clients – ce que l'on appelle communément le *New Business*.

Dans le Tome 1 de mon livre j'ai partagé avec vous la création de l'entreprise et l'approche de la vente. Pour ce tome 2 il s'agit de gérer les ventes, nous allons aborder les ventes en mode gestion de projet et implémentation de solution. Les ventes de type négoce et les ventes de type production.

Nous verrons donc comment il est possible de réconcilier les ventes avec ce que j'appelle au sens large du terme les opérations. Souvent pour de mauvaises raisons les équipes ventes et opérations se mettent en opposition au lieu de travailler ensemble.

Partie 1. Gérer les ventes en mode Service

La gestion en mode service/projet

La prise de commande

Le traitement par les opérations

La gestion à l'affaire

La saisie des temps

La facturation

La gestion de la relation commerciale durant tout le projet

La gestion en mode service/projet

Souvent les entreprises qui sont dans ce mode de gestion

Dans la base article on va avoir plusieurs mode de gestion.

La prise de commande

Souvent la prise de commande vient initialement d'un devis que l'on a transformé en commande.

Comme vu précisément dans les ventes on va manipuler des articles et bien sûr des clients.

Souvent dans le cadre de cette transformation ce que l'on va vouloir dans l'outil de gestion c'est une facilité et des automatisme de création et de suivi.

Dans la base article on va avoir plusieurs mode de gestion.

-

Le statut SASU

Il est difficile de présenter en détail les avantages et inconvénients de chacun de ces statuts. Cependant, nous allons nous pencher sur le régime SASU que j'ai choisi pour mon entreprise et qui regroupe plusieurs avantages :

- Un statut souple permettant de faire des choix juridiques et administratifs plus ouverts.
- Une séparation des responsabilités qui permet de protéger vos biens personnels en cas de difficultés de l'entreprise.
- Une gestion de la TVA réelle avec possibilité de récupérer la TVA pour vos achats.
- La possibilité d'être salarié de votre entreprise pour bénéficier du système commun de la sécurité sociale et de la retraite.
- La possibilité de déclarer des loyers pour votre siège social lorsqu'il est

localisé à votre domicile.
- Des frais de société qui réduisent le résultat et donc l'impôt sur les sociétés.
- La possibilité de diviser votre salaire en rémunération classique et dividendes.
- La possibilité de prendre des associés en convertissant votre statut SASU en SAS.

Cependant, il est important de prendre en compte les inconvénients suivants :

- Le traitement comptable doit être de type société.
- L'intervention d'un expert-comptable est nécessaire, mais cela est aussi le cas pour d'autres statuts.
- La création d'un pacte d'associé est requise.
- Certains PV d'assemblée générale sont nécessaires.

Il est important de peser le pour et le contre avant de choisir le statut juridique le mieux adapté à votre entreprise.

Création

Pour créer une SASU, plusieurs opérations sont nécessaires, en fonction du statut de la société. Il faut déposer un dossier complet auprès du Centre de Formalités des Entreprises (CFE) qui comprend les éléments suivants :

- Les statuts datés et signés en un exemplaire
- Une copie du titre d'occupation des locaux
- Une copie de la demande d'insertion de l'avis de constitution de la SASU dans un journal d'annonces légales
- Un formulaire Mo daté et signé
- L'attestation de dépôt des fonds
- Un exemplaire de la décision de nomination des dirigeants sociaux
- Pour chaque bénéficiaire effectif : le document relatif au bénéficiaire effectif et aux modalités de contrôle qu'il exerce sur l'entreprise
- Le règlement des frais de greffe

Avec la mise en place du guichet unique, les démarches administratives semblent plus simples et les aller-retours moins fréquents qu'auparavant.

Accompagnement à la création

Pour vous aider dans la création de votre SASU, vous pouvez faire appel à des sociétés spécialisées qui proposent des prestations à montant forfaitaire pour réaliser toutes les démarches à votre place. Certaines de ces sociétés sont dédiées exclusivement à cette activité. Il est également possible de se tourner vers les néo-banques qui proposent des services similaires, ou encore les cabinets d'expertise comptable en ligne.

Le Business Plan

Il existe plusieurs raisons qui peuvent obliger ou orienter l'entrepreneur à réaliser un business plan :

1. Obtenir un prêt bancaire Il est impossible d'obtenir un prêt pour démarrer l'activité de l'entreprise sans un Business Plan. Souvent, l'obtention d'un prêt est nécessaire pour acheter du matériel et obtenir un fonds de roulement. En comptabilité, le fonds de roulement représente la trésorerie permettant de payer les fournisseurs ou les salariés (décaissements) tout en attendant les paiements des clients (encaissements). Il est difficile d'obtenir un prêt important sans avoir un plan d'affaires solide. Les banques préfèrent financer les biens matériels, car en cas de difficultés de la société, la banque peut toujours faire des saisies sur ses biens matériels. Attendez-vous donc à devoir financer en fonds propres une partie importante de votre prêt.
2. Prévoir et imaginer les entrées et sorties d'argent de la société Le business plan permet de prévoir les flux de trésorerie mensuels et de suivre l'avancement de l'entreprise mois par mois. Bien que les grandes masses de dépenses et de revenus soient relativement fiables, il est peu probable que les postes budgétaires et leurs ventilations soient réalisés précisément. Il est donc important de rester flexible et de revoir régulièrement le business plan.

Il est rare de rencontrer un entrepreneur qui a réalisé un business plan précis à tous les niveaux, même moi je n'ai pas réussi à le faire précisément pour les postes identifiés et les activités. Prévoyez également que les sorties d'argent peuvent être importantes pendant plusieurs mois, alors que les entrées d'argent peuvent être peu ou pas présentes.

Les types de Business Plan

Type Free-lance ou société avec un seul collaborateur

Exemple d’un tableau simple

CA	Charges	Taux d'imposition	Impot	Resultat net
60 000,00 €	38 359,00 €			
Résultat avant Impôt	21 641,00 €	15%	3 246,15 €	18 394,85 €
Charge Fixes Annuels		Impot sur Dividende		1 898,35 €
Loyer	3 600,00 €			
Restaurants	500,00 €	Dividente		16 496,50 €
Abonnement Logiciels	1 037,00 €			
Achats Divers	1 350,00 €			
Marketing & Publicités	4 500,00 €			
Salaire	27 372,00 €			
Salaire net par mois	1 300,00 €			1 374,71 €
Salaire net par mois avec dividende				2 674,71 €
			Avec loyer	2 974,71 €

Ce type de business plan est très axé sur la rémunération, car il permet de la simuler. Dans ce cadre, le chiffre d'affaires (CA) de la société correspond généralement aux facturations mensuelles des prestations. On peut ainsi définir un CA annuel.

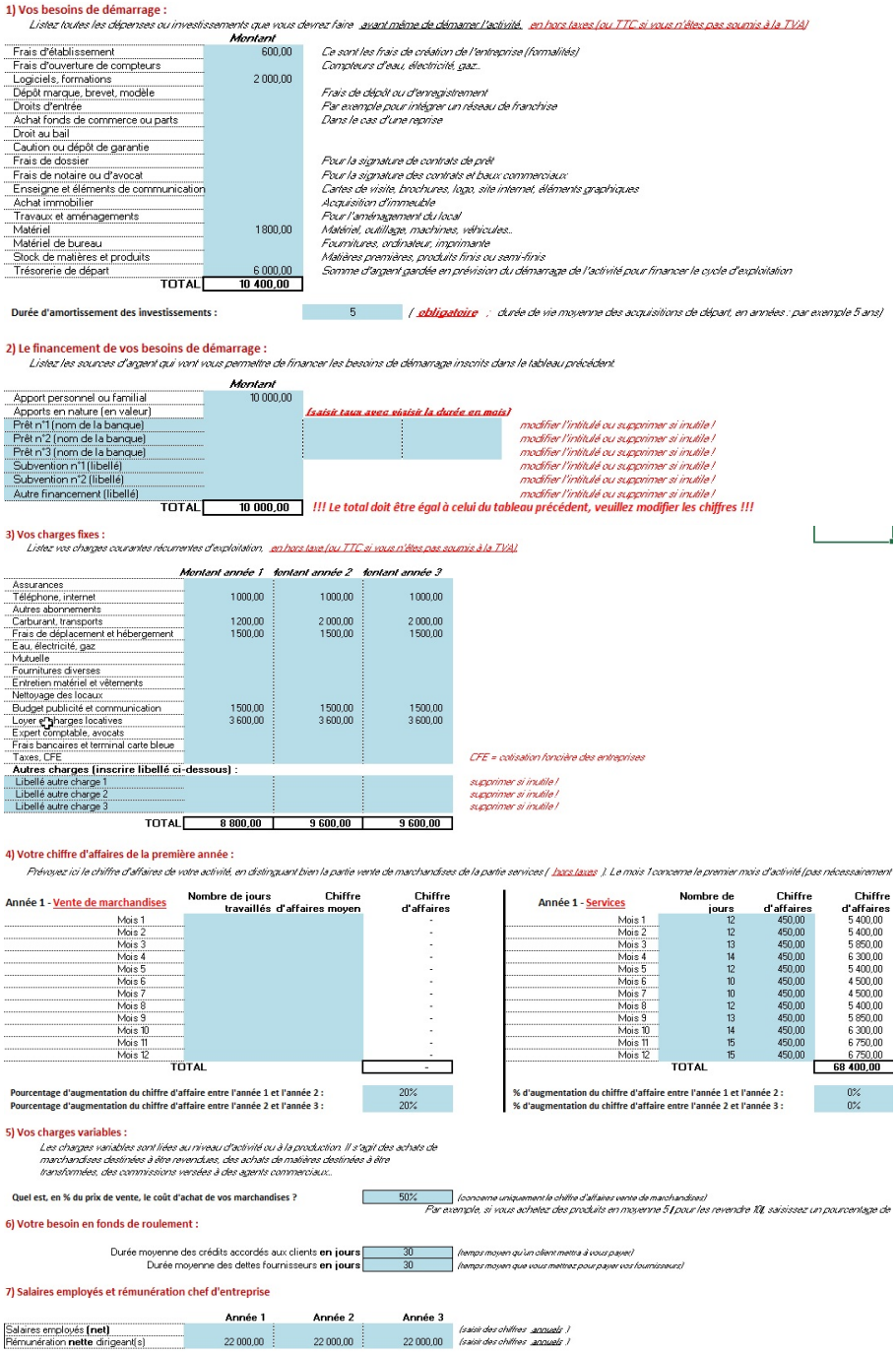
Ensuite, on va calculer le montant des charges qui correspondent aux dépenses de la société et au salaire brut que l'on se versera, ainsi que toutes les autres charges de la société.

Le business plan permet alors de simuler une rémunération finale, en déduisant les charges du CA annuel. Cela permet d'avoir une idée du montant de rémunération que l'on pourra se verser tout en assurant la viabilité financière de l'entreprise.

.

Type société

Pour une entreprise plus complexe ou pour obtenir un prêt auprès d'une banque, un business plan beaucoup plus détaillé et précis sera nécessaire. Il faudra saisir et analyser un grand nombre d'informations financières pour établir une projection fiable de l'activité future de l'entreprise.



1) Vos besoins de démarrage :

Listez toutes les dépenses ou investissements que vous devrez faire avant même de démarrer l'activité, en hors taxes (ou TTC si vous n'êtes pas soumis à la TVA)

	Montant	
Frais d'établissement	600,00	Ce sont les frais de création de l'entreprise (formalités)
Frais d'ouverture de compteurs		Compteurs d'eau, électricité, gaz...
Logiciels, formations	2 000,00	
Dépôt marque, brevet, modèle		Frais de dépôt ou d'enregistrement
Droits d'entrée		Par exemple pour intégrer un réseau de franchise
Achat fonds de commerce ou parts		Dans le cas d'une reprise
Droit au bail		
Caution ou dépôt de garantie		
Frais de dossier		Pour la signature de contrats de prêt
Frais de notaire ou d'avocat		Pour la signature des contrats et baux commerciaux
Enseigne et éléments de communication		Cartes de visite, brochures, logo, site internet, éléments graphiques
Achat immobilier		Acquisition d'immeuble
Travaux et aménagements		Pour l'aménagement du local
Matériel	1 800,00	Matériel, outillage, machines, véhicules...
Matériel de bureau		Fournitures, ordinateur, imprimante
Stock de matières et produits		Matières premières, produits finis ou semi-finis
Trésorerie de départ	6 000,00	Somme d'argent gardée en prévision du démarrage de l'activité pour financer le cycle d'exploitation
TOTAL	10 400,00	

Durée d'amortissement des investissements : 5 *(obligatoire ; durée de vie moyenne des acquisitions de départ, en années : par exemple 5 ans)*

2) Le financement de vos besoins de démarrage :

Listez les sources d'argent qui vont vous permettre de financer les besoins de démarrage inscrits dans le tableau précédent

	Montant		
Apport personnel ou familial	10 000,00		
Apports en nature (en valeur)		*(saisir taux avec virgule la durée en mois)*	
Prêt n°1 (nom de la banque)			*modifier l'intitulé ou supprimer si inutile !*
Prêt n°2 (nom de la banque)			*modifier l'intitulé ou supprimer si inutile !*
Prêt n°3 (nom de la banque)			*modifier l'intitulé ou supprimer si inutile !*
Subvention n°1 (libellé)			*modifier l'intitulé ou supprimer si inutile !*
Subvention n°2 (libellé)			*modifier l'intitulé ou supprimer si inutile !*
Autre financement (libellé)			*modifier l'intitulé ou supprimer si inutile !*
TOTAL	10 000,00	*!!! Le total doit être égal à celui du tableau précédent, veuillez modifier les chiffres !!!*	

3) Vos charges fixes :

Listez vos charges courantes récurrentes d'exploitation, en hors taxe (ou TTC si vous n'êtes pas soumis à la TVA)

	Montant année 1	Montant année 2	Montant année 3	
Assurances				
Téléphone, internet	1 000,00	1 000,00	1 000,00	
Autres abonnements				
Carburant, transports	1 200,00	2 000,00	2 000,00	
Frais de déplacement et hébergement	1 500,00	1 500,00	1 500,00	
Eau, électricité, gaz				
Mutuelle				
Fournitures diverses				
Entretien matériel et vêtements				
Nettoyage des locaux				
Budget publicité et communication	1 500,00	1 500,00	1 500,00	
Loyer et charges locatives	3 600,00	3 600,00	3 600,00	
Expert comptable, avocats				
Frais bancaires et terminal carte bleue				
Taxes, CFE				*CFE = cotisation foncière des entreprises*
Autres charges (inscrire libellé ci-dessous) :				
Libellé autre charge 1				*supprimer si inutile !*
Libellé autre charge 2				*supprimer si inutile !*
Libellé autre charge 3				*supprimer si inutile !*
TOTAL	8 800,00	9 600,00	9 600,00	

4) Votre chiffre d'affaires de la première année :

Prévoyez ici le chiffre d'affaires de votre activité, en distinguant bien la partie vente de marchandises de la partie services (hors taxes). Le mois 1 concerne le premier mois d'activité (pas nécessairement

Année 1 - Vente de marchandises	Nombre de jours travaillés	Chiffre d'affaires moyen	Chiffre d'affaires
Mois 1			-
Mois 2			-
Mois 3			-
Mois 4			-
Mois 5			-
Mois 6			-
Mois 7			-
Mois 8			-
Mois 9			-
Mois 10			-
Mois 11			-
Mois 12			-
TOTAL			-
Pourcentage d'augmentation du chiffre d'affaire entre l'année 1 et l'année 2 :			20%
Pourcentage d'augmentation du chiffre d'affaire entre l'année 2 et l'année 3 :			20%

Année 1 - Services	Nombre de jours	Chiffre d'affaires	Chiffre d'affaires
Mois 1	12	450,00	5 400,00
Mois 2	12	450,00	5 400,00
Mois 3	13	450,00	5 850,00
Mois 4	14	450,00	6 300,00
Mois 5	12	450,00	5 400,00
Mois 6	10	450,00	4 500,00
Mois 7	10	450,00	4 500,00
Mois 8	12	450,00	5 400,00
Mois 9	13	450,00	5 850,00
Mois 10	14	450,00	6 300,00
Mois 11	15	450,00	6 750,00
Mois 12	15	450,00	6 750,00
TOTAL			68 400,00
% d'augmentation du chiffre d'affaire entre l'année 1 et l'année 2 :			0%
% d'augmentation du chiffre d'affaire entre l'année 2 et l'année 3 :			0%

5) Vos charges variables :

Les charges variables sont liées au niveau d'activité ou à la production. Il s'agit des achats de marchandises destinées à être revendues, des achats de matières destinées à être transformées, des commissions versées à des agents commerciaux...

Quel est, en % du prix de vente, le coût d'achat de vos marchandises ? 50% *(concerne uniquement le chiffre d'affaires vente de marchandises)*

Par exemple, si vous achetez des produits en moyenne 5 € pour les revendre 10 €, saisissez un pourcentage de

6) Votre besoin en fonds de roulement :

Durée moyenne des crédits accordés aux clients **en jours**	30 *(temps moyen qu'un client mettra à vous payer)*
Durée moyenne des dettes fournisseurs **en jours**	30 *(temps moyen que vous mettrez pour payer vos fournisseurs)*

7) Salaires employés et rémunération chef d'entreprise

	Année 1	Année 2	Année 3	
Salaires employés **(net)**				*(saisir des chiffres annuels !)*
Rémunération **nette** dirigeant(s)	22 000,00	22 000,00	22 000,00	*(saisir des chiffres annuels !)*

Une fois ces éléments saisis, on disposera d'un business plan plus détaillé et précis. Celui-ci permettra de projeter les performances de l'entreprise sur plusieurs années, d'analyser les risques et les opportunités, de définir les objectifs à atteindre et les moyens à mettre en place pour y parvenir. Le business plan pourra également être utilisé comme un outil de pilotage de l'entreprise, en permettant de suivre l'évolution des prévisions et de les comparer aux réalisations effectives. En somme, un business plan complet et bien construit est un outil indispensable pour tout entrepreneur souhaitant

optimiser les chances de réussite de son projet.

Investissements et financements

Projet : *PMESOFT*
Porteur de projet : *Nicolas FAUX*

INVESTISSEMENTS	Montant € hors taxes
Immobilisations incorporelles	**2 600,00**
Frais d'établissement	*600,00*
Frais d'ouverture de compteurs	
Logiciels, formations	*2 000,00*
Dépôt marque, brevet, modèle	
Droits d'entrée	
Achat fonds de commerce ou parts	
Droit au bail	
Caution ou dépôt de garantie	
Frais de dossier	
Frais de notaire ou d'avocat	
Immobilisations corporelles	**1 800,00**
Enseigne et éléments de communication	
Achat immobilier	
Travaux et aménagements	
Matériel	*1 800,00*
Matériel de bureau	
Stock de matières et produits	
Trésorerie de départ	**6 000,00**
TOTAL BESOINS	10 400,00

FINANCEMENT DES INVESTISSEMENTS			Montant € hors taxes
Apport personnel			**10 000,00**
Apport personnel ou familial			*10 000,00*
Apports en nature (en valeur)			-
Emprunt	*taux*	*durée mois*	-
Prêt n°1 (nom de la banque)			-
Prêt n°2 (nom de la banque)			-
Prêt n°3 (nom de la banque)			-
Subvention n°1 (libellé)			-
Subvention n°2 (libellé)			-
Autre financement (libellé)			
TOTAL RESSOURCES			10 000,00

Ce modèle de plan financier est proposé par BpE documents (www.business-plan-excel.fr) 2

Salaires et charges sociales

Projet : *PMESOFT*
Porteur de projet : *Nicolas FAUX*

Statut juridique : SASU (IS)
Bénéfice de l'Acre : Oui
Statut social du (des) dirigeant(s) : Assimilé-salarié

	Année 1	Année 2	Année 3
Rémunération du (des) dirigeants	22 000,00	22 000,00	22 000,00
% augmentation		*0%*	*0%*
Charges sociales du (des) dirigeant(s)	7 260,00	15 400,00	15 400,00
Salaires des employés	-	-	-
% augmentation			
Charges sociales employés	-	-	-

Détail des amortissements

	Année 1	Année 2	Année 3
Amortissements incorporels	520,00	520,00	520,00
Frais d'établissement	*120,00*	*120,00*	*120,00*
Logiciels, formations	*400,00*	*400,00*	*400,00*
Droits d'entrée	*0,00*	*0,00*	*0,00*
Frais de dossier	*0,00*	*0,00*	*0,00*
Frais de notaire ou d'avocat	*0,00*	*0,00*	*0,00*
Amortissements corporels	360,00	360,00	360,00
Enseigne et éléments de communication	*0,00*	*0,00*	*0,00*
Achat immobilier	*0,00*	*0,00*	*0,00*
Travaux et aménagements	*0,00*	*0,00*	*0,00*
Matériel	*360,00*	*360,00*	*360,00*
Matériel de bureau	*0,00*	*0,00*	*0,00*
Total amortissements	880,00	880,00	880,00

Ce modèle de plan financier est proposé par BpE documents (www.business-plan-excel.fr) 3

Compte de résultats prévisionnel sur 3 ans

Projet : *PMESOFT*
Porteur de projet : *Nicolas FAUX*

	Année 1	Année 2	Année 3
Produits d'exploitation	68 400,00	68 400,00	68 400,00
Chiffre d'affaires HT vente de marchandises	-	-	-
Chiffre d'affaires HT services	*68 400,00*	*68 400,00*	*68 400,00*
Charges d'exploitation	-	-	-
Achats consommés	-	-	-
Marge brute	68 400,00	68 400,00	68 400,00
Charges externes	8 800,00	9 600,00	9 600,00
Assurances	-	-	-
Téléphone, internet	*1 000,00*	*1 000,00*	*1 000,00*
Autres abonnements	-	-	-
Carburant, transports	*1 200,00*	*2 000,00*	*2 000,00*
Frais de déplacement et hébergement	*1 500,00*	*1 500,00*	*1 500,00*
Eau, électricité, gaz	-	-	-
Mutuelle	-	-	-
Fournitures diverses	-	-	-
Entretien matériel et vêtements	-	-	-
Nettoyage des locaux	-	-	-
Budget publicité et communication	*1 500,00*	*1 500,00*	*1 500,00*
Loyer et charges locatives	*3 600,00*	*3 600,00*	*3 600,00*
Expert comptable, avocats	-	-	-
Libellé autre charge 1	-	-	-
Libellé autre charge 2	-	-	-
Libellé autre charge 3	-	-	-
Valeur ajoutée	59 600,00	58 800,00	58 800,00
Impôts et taxes	-	-	-
Salaires employés	-	-	-
Charges sociales employés	-	-	-
Prélèvement dirigeant(s)	22 000,00	22 000,00	22 000,00
Charges sociales dirigeant(s) *(Acre)*	7 260,00	15 400,00	15 400,00
Excédent brut d'exploitation	30 340,00	21 400,00	21 400,00
Frais bancaires, charges financières	-	-	-
Dotations aux amortissements	880,00	880,00	880,00
Résultat avant impôts	29 460,00	20 520,00	20 520,00
Impôt sur les sociétés	4 419,00	3 078,00	3 078,00
Résultat net comptable (résultat de l'exercice)	25 041,00	17 442,00	17 442,00

Ce modèle de plan financier est proposé par BpE documents (www.business-plan-excel.fr) 4

Soldes intermédiaires de gestion

Projet : *PMESOFT*
Porteur de projet : *Nicolas FAUX*

	Année 1	%	Année 2	%	Année 3	%
Chiffre d'affaires	68 400,00	100%	68 400,00	100%	68 400,00	100%
Ventes + production réelle	68 400,00	100%	68 400,00	100%	68 400,00	100%
Achats consommés	-	0%	-	0%	-	0%
Marge globale	68 400,00	100%	68 400,00	100%	68 400,00	100%
Charges externes	8 800,00	13%	9 600,00	14%	9 600,00	14%
Valeur ajoutée	59 600,00	87%	58 800,00	86%	58 800,00	86%
Impôts et taxes	-	0%	-	0%	-	0%
Charges de personnel	29 260,00	43%	37 400,00	55%	37 400,00	55%
Excédent brut d'exploitation	30 340,00	44%	21 400,00	31%	21 400,00	31%
Dotation aux amortissements	880,00	1%	880,00	1%	880,00	1%
Résultat d'exploitation	29 460,00	43%	20 520,00	30%	20 520,00	30%
Charges financières	-	0%	-	0%	-	0%
Résultat financier	-	0%	-	0%	-	0%
Résultat courant	29 460,00	43%	20 520,00	30%	20 520,00	30%
Résultat de l'exercice	25 041,00	37%	17 442,00	26%	17 442,00	26%
Capacité d'autofinancement	25 921,00	38%	18 322,00	27%	18 322,00	27%

Capacité d'autofinancement

	Année 1	Année 2	Année 3
Résultat de l'exercice	25 041,00	17 442,00	17 442,00
+ Dotation aux amortissements	880,00	880,00	880,00
Capacité d'autofinancement	25 921,00	18 322,00	18 322,00
- Remboursement des emprunts	-	-	-
Autofinancement net	25 921,00	18 322,00	18 322,00

Ce modèle de plan financier est proposé par BpE documents (www.business-plan-excel.fr) 5

Seuil de rentabilité économique

Projet : *PMESOFT*
Porteur de projet : *Nicolas FAUX*

	Année 1	Année 2	Année 3
Ventes + Production réelle	**68 400,00**	**68 400,00**	**68 400,00**
Achats consommés	-	-	-
Total des coûts variables	-	-	-
Marge sur coûts variables	**68 400,00**	**68 400,00**	**68 400,00**
Taux de marge sur coûts variables	**100%**	**100%**	**100%**
Coûts fixes	38 940,00	47 880,00	47 880,00
Total des charges	**38 940,00**	**47 880,00**	**47 880,00**
Résultat courant avant impôts	29 460,00	20 520,00	20 520,00
Seuil de rentabilité (chiffre d'affaires)	**38 940,00**	**47 880,00**	**47 880,00**
Excédent / insuffisance	29 460,00	20 520,00	20 520,00
Point mort en chiffre d'affaires par jour ouvré	*155,76*	*191,52*	*191,52*

Besoin en fonds de roulement

Analyse clients / fournisseurs :

	délai jours	Année 1	Année 2	Année 3
Besoins				
Volume crédit client HT	*30*	5 621,92	5 621,92	5 621,92
Ressources				
Volume dettes fournisseurs HT	*30*	-	-	-
Besoin en fonds de roulement		**5 621,92**	**5 621,92**	**5 621,92**

Plan de financement à trois ans

Projet : *PMESOFT*
Porteur de projet : *Nicolas FAUX*

	Année 1	Année 2	Année 3
Immobilisations	4 400,00		
Acquisition des stocks			
Variation du Besoin en fonds de roulement	5 621,92	-	-
Remboursement d'emprunts	-	-	-
Total des besoins	**10 021,92**	-	-
Apport personnel	10 000,00		
Emprunts	-		
Subventions	-		
Autres financements			
Capacité d'auto-financement	25 921,00	18 322,00	18 322,00
Total des ressources	**35 921,00**	**18 322,00**	**18 322,00**
Variation de trésorerie	25 899,08	18 322,00	18 322,00
Excédent de trésorerie	**25 899,08**	**44 221,08**	**62 543,08**

Rappel trésorerie début année 1 : 6 000,00

Budget prévisionnel de trésorerie

Projet : *PMESOFT* ***Hors TVA***
Porteur de projet : *Nicolas FAUX*

Première année

	Mois 1	Mois 2	Mois 3	Mois 4	Mois 5
Apport personnel	10 000,00				
Emprunts	-				
Subventions	-				
Autres financements					
Vente de marchandises	-	-	-	-	-
Vente de services	5 400,00	5 400,00	5 850,00	6 300,00	5 400,00
Chiffre d'affaires (total)	**5 400,00**	**5 400,00**	**5 850,00**	**6 300,00**	**5 400,00**
Immobilisations incorporelles	2 600,00				
Immobilisations corporelles	1 800,00				
Immobilisations (total)	**4 400,00**				
Acquisition stocks					
Échéances emprunt	-	-	-	-	-
Achats de marchandises	-	-	-	-	-
Charges externes	733,33	733,33	733,33	733,33	733,33
Impôts et taxes	-	-	-	-	-
Salaires employés	-	-	-	-	-
Charges sociales employés	-	-	-	-	-
Prélèvement dirigeant(s)	1 833,33	1 833,33	1 833,33	1 833,33	1 833,33
Charges sociales dirigeant(s)	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00
Total charges de personnel	**2 438,33**	**2 438,33**	**2 438,33**	**2 438,33**	**2 438,33**
Frais bancaires, charges financières	-	-	-	-	-
Total des décaissements	**7 571,67**	**3 171,67**	**3 171,67**	**3 171,67**	**3 171,67**
Total des encaissements	**15 400,00**	**5 400,00**	**5 850,00**	**6 300,00**	**5 400,00**
Solde précédent	-	7 828,33	10 056,67	12 735,00	15 863,33
Solde du mois	**7 828,33**	**2 228,33**	**2 678,33**	**3 128,33**	**2 228,33**
Solde de trésorerie (cumul)	**7 828,33**	**10 056,67**	**12 735,00**	**15 863,33**	**18 091,67**

Budget prévisionnel de trésorerie (suite)

Projet : *PMESOFT* ***Hors TVA***
Porteur de projet : *Nicolas FAUX*

Mois 6	Mois 7	Mois 8	Mois 9	Mois 10	Mois 11	Mois 12	TOTAL
							10 000,00
							-
							-
							-
-	-	-	-	-	-	-	-
4 500,00	4 500,00	5 400,00	5 850,00	6 300,00	6 750,00	6 750,00	**68 400,00**
4 500,00	**4 500,00**	**5 400,00**	**5 850,00**	**6 300,00**	**6 750,00**	**6 750,00**	**68 400,00**
							2 600,00
							1 800,00
							4 400,00
							-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
733,33	733,33	733,33	733,33	733,33	733,33	733,33	**8 800,00**
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
1 833,33	1 833,33	1 833,33	1 833,33	1 833,33	1 833,33	1 833,33	**22 000,00**
605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	605,00	**7 260,00**
2 438,33	**2 438,33**	**2 438,33**	**2 438,33**	**2 438,33**	**2 438,33**	**2 438,33**	**29 260,00**
-	-	-	-	-	-	-	-
3 171,67	**3 171,67**	**3 171,67**	**3 171,67**	**3 171,67**	**3 171,67**	**3 171,67**	**42 460,00**
4 500,00	**4 500,00**	**5 400,00**	**5 850,00**	**6 300,00**	**6 750,00**	**6 750,00**	**78 400,00**
18 091,67	19 420,00	20 748,33	22 976,67	25 655,00	28 783,33	32 361,67	
1 328,33	**1 328,33**	**2 228,33**	**2 678,33**	**3 128,33**	**3 578,33**	**3 578,33**	
19 420,00	**20 748,33**	**22 976,67**	**25 655,00**	**28 783,33**	**32 361,67**	**35 940,00**	

Pour la création d'une société complexe, il est en effet important d'établir un business plan détaillé. Celui-ci devra comprendre des informations financières plus précises telles que les projections de chiffre d'affaires et de rentabilité, les coûts de production, les frais généraux, les investissements nécessaires, etc.

Il sera également important d'analyser les données du marché, de la concurrence et de la réglementation. Le business plan devra être solide et convaincant pour obtenir un prêt auprès d'une banque ou attirer des investisseurs.

Ainsi, pour une société plus complexe, il est essentiel de partir sur un business plan détaillé et exhaustif, qui prend en compte tous les aspects financiers, commerciaux et réglementaires de l'entreprise.

Démarches pour la Création avec Shine

Avec la création d’entreprise Shine, le processus est très simple et rapide :

1. Vous devez simplement fournir quelques documents classiques, tels que des pièces d'identité.
2. Effectuer un virement sur le compte du notaire désigné et signer quelques documents électroniques.
3. Vous recevrez ensuite votre KBIS et tous les documents nécessaires pour gérer votre société.

La mise en œuvre de la société et la création de l'entreprise ne prendront que trois semaines au maximum et coûteront seulement quelques centaines d'euros.

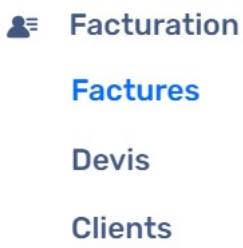
Votre Compte bancaire Pro

En ce qui concerne Shine, vous recevrez une carte de paiement qui vous permettra de régler vos dépenses professionnelles en toute simplicité. De plus, vous aurez accès à une application mobile conviviale qui vous permettra de gérer facilement votre compte et de suivre vos transactions en temps réel. En somme, Shine vous offre une solution complète pour la création de votre entreprise, qui comprend également des outils pratiques pour sa gestion au quotidien.

La possibilité de faire des paiements et virements en ligne et en temps réel grâce à l'application mobile Shine est également un avantage notable de cette solution.

Lors de la création de votre entreprise avec Shine, vous aurez la possibilité

d'utiliser l'outil de facturation dès le début pour émettre vos premières factures. Cette fonctionnalité pratique vous permettra de démarrer rapidement votre activité et de gérer efficacement vos transactions commerciales.



Avantages certains

Un des grands avantages de Shine a été pour moi la possibilité d'obtenir un prêt après seulement 11 mois grâce aux mouvements financiers sur mon compte. En effet, au bout de 9 mois, Shine m'a informé que j'étais éligible à un prêt bancaire, que j'ai rapidement demandé et obtenu en quelques jours sans même avoir à fournir de bilan, ce qui aurait été impossible étant donné que ma société n'avait pas encore un an d'existence. Cela témoigne de la confiance que les partenaires bancaires ont envers Shine et de sa capacité à accompagner ses clients dans leurs besoins de financement. En somme, je suis très satisfait de cette solution.

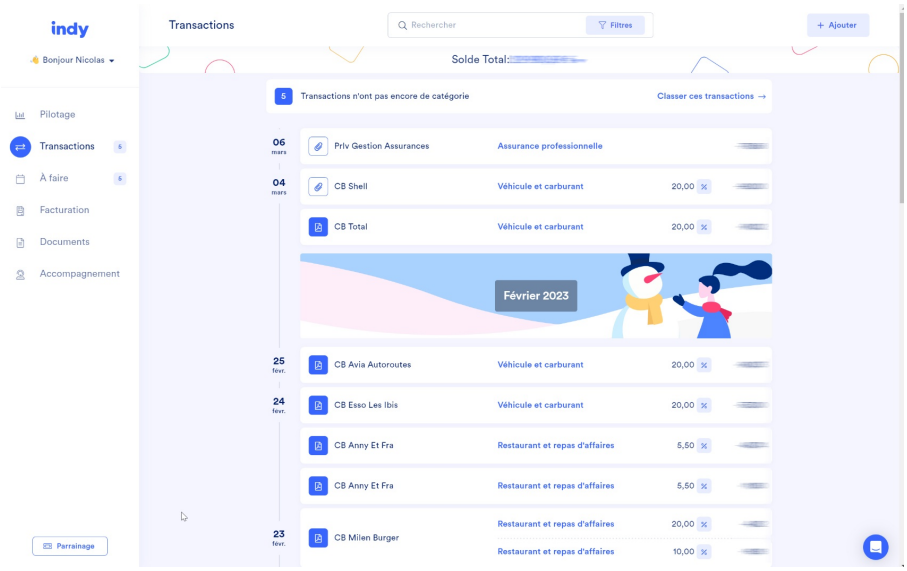
La Comptabilité Indy

Au début, j'avais voulu travailler avec un grand cabinet comptable, pensant que son réseau pourrait m'apporter de nouveaux clients. Le budget était de plus de 2000€ par an. J'avais pris rendez-vous avec le responsable de cette agence, mais lorsqu'il était temps de signer le contrat, il était parti sans transmettre le rendez-vous de signature.

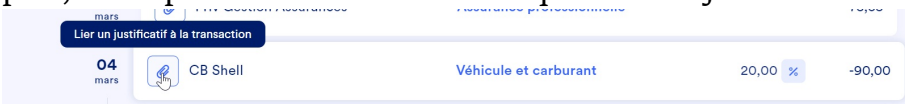
J'ai donc dû tout recommencer avec un nouvel interlocuteur, qui m'a demandé encore plus de documents. J'ai finalement décidé d'arrêter les échanges et de me tourner vers des solutions plus simples et plus pratiques d'expertise comptable à distance. Ayant déjà choisi Shine pour la gestion de ma société, j'ai cherché des solutions interfacées directement avec ma banque.

C'est ainsi que j'ai découvert Indy. Après différentes recherches et un appel pour qualification, j'ai choisi de travailler avec eux.

Les Transactions récupérés de la banque

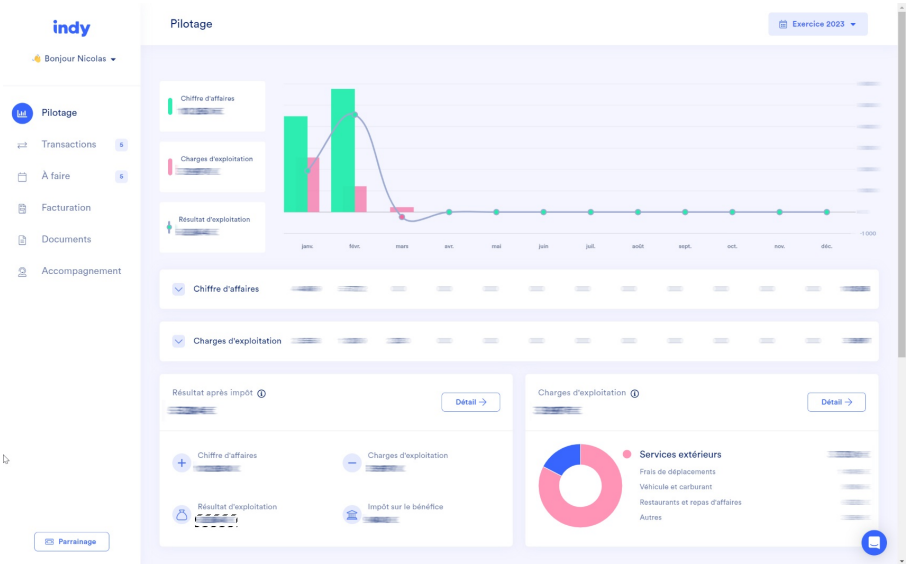


Avec Indy, les écritures de la banque sont automatiquement récupérées et catégorisées. Les catégories comptables sont également reconnues automatiquement, tout comme le taux de TVA.
De plus, il est possible de lier automatiquement le justificatif à la transaction.



Il est possible de réaliser cette opération directement depuis un smartphone, en scannant automatiquement la TVA de la société ainsi que la date, puis en rapprochant ces informations avec l'écriture comptable. La capture d'écran ci-dessus a été effectuée sur un PC, mais Indy offre également cette fonctionnalité sur mobile.

Le Pilotage



Sur un seul et même écran, vous pouvez accéder aux chiffres clés de la gestion de votre entreprise, tels que :

- Le chiffre d'affaires mensuel
- Les charges d'exploitation mensuelles
- La courbe d'évolution du chiffre d'affaires et des charges au fil du temps

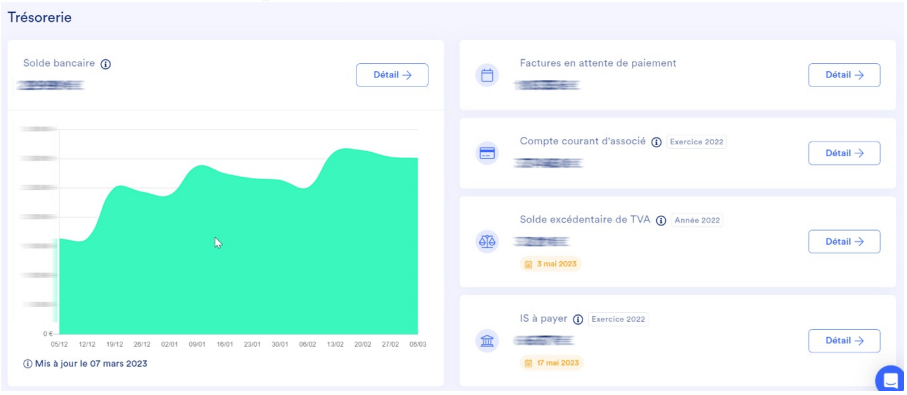
Ci-dessous, vous pouvez voir un exemple de courbe d'évolution pour une entreprise en phase de création.

La courbe d'évolution de la gestion d'une entreprise est un indicateur important pour comprendre les enjeux financiers de son démarrage. Elle montre clairement les besoins de financement nécessaires avant l'entrée de chiffre d'affaires, qui peuvent se faire attendre pendant un certain temps. Il est possible de constater des décalages de facturation dus à des congés, et il ne faut pas hésiter à prendre du temps pour se reposer, même dès la première année d'existence de l'entreprise.

Par ailleurs, la courbe d'évolution permet également de visualiser l'optimisation des charges en fin d'année afin de minimiser les impôts à payer pour le premier exercice. C'est un outil précieux pour prendre des décisions éclairées sur la gestion financière de l'entreprise. En un seul coup d'œil, on peut accéder aux chiffres clés de la gestion, tels que le chiffre d'affaires mensuel, les charges d'exploitation par mois et la courbe d'évolution.

La Trésorerie

Pour la gestion de la trésorerie, Indy offre une vision claire de la situation financière de l'entreprise. Vous pouvez facilement suivre vos encaissements et décaissements en temps réel, visualiser les soldes de vos différents comptes bancaires et prévoir les échéances à venir. Avec cette vue d'ensemble, vous êtes en mesure d'anticiper les périodes de tensions de trésorerie et de prendre les mesures nécessaires pour y faire face.



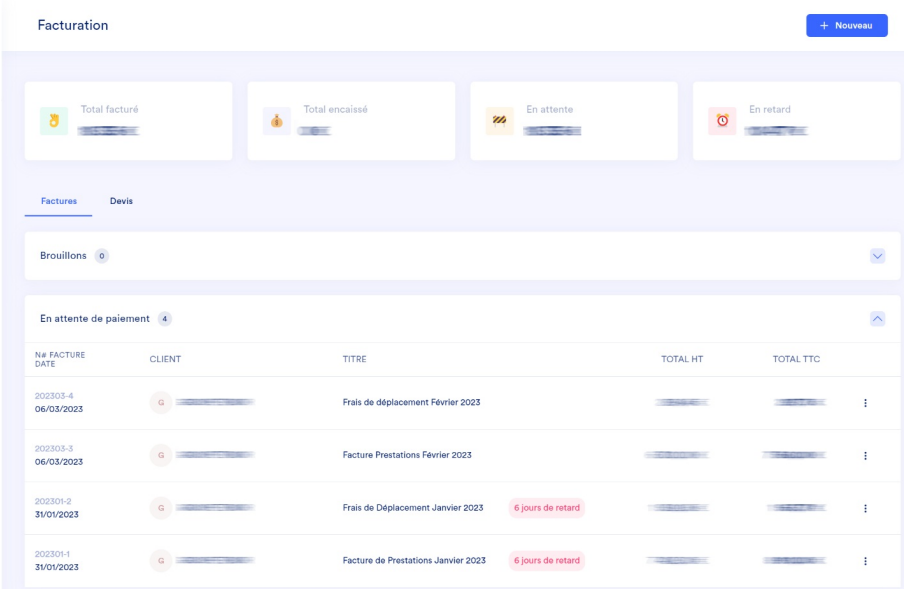
Indy offre également une vision claire de la situation financière de l'entreprise. On peut facilement suivre l'évolution des fonds disponibles sur le compte de la société, ainsi que le chiffre d'affaires facturé à venir. En outre, on peut avoir une vue sur le compte courant d'associé, ce qui permet de voir ce que l'entreprise doit au dirigeant. Indy permet également de suivre la position de la TVA, par exemple si elle est excédentaire, afin de savoir si un remboursement de TVA est possible. Enfin, il est possible de visualiser l'impôt sur les sociétés à payer.

Suivi de la facturation

Le processus de facturation est un élément clé de la gestion financière de l'entreprise. En effet, il permet non seulement de générer du chiffre d'affaires, mais également de suivre les échéances de paiement et d'assurer un encaissement rapide. Une bonne gestion de la facturation permet ainsi de maintenir une trésorerie saine et de garantir la pérennité de l'entreprise.

Avec la solution Indy, le processus de facturation est simplifié et automatisé. Il est possible de créer des factures en quelques clics et de les envoyer directement au client par email. Les échéances de paiement sont clairement indiquées sur la facture, ce qui permet de suivre leur évolution et de relancer les clients en cas de retard de paiement.

En outre, grâce à l'intégration avec la solution de banque, les paiements reçus sont automatiquement rapprochés avec les factures correspondantes, ce qui facilite la gestion comptable de l'entreprise.



Stratégie

Créer sa propre entreprise consiste à proposer des solutions aux problèmes de ses clients. Pour réussir, il est important de proposer des solutions répondant à une problématique courante sur le marché et d'offrir des services ou produits qui se démarquent de la concurrence en termes de qualité, de prix ou de facilité d'utilisation.

Cependant, il peut être difficile de choisir le type de produits ou services à offrir sans avoir les compétences nécessaires pour répondre aux besoins du marché. C'est pourquoi il est recommandé de réaliser une étude de marché pour connaître les attentes des clients et les prix pratiqués sur le marché.

Il est également important d'avoir une expérience ou une expertise dans le domaine afin de vendre plus rapidement et efficacement. Mais il est possible de se former en commercialisation pour améliorer ses compétences et sa stratégie de prospection.

Enfin, pour rentabiliser son investissement et trouver des clients, il est nécessaire de facturer dès le premier client. Il peut être intéressant de bénéficier d'aides telles que Pôle emploi pour avoir une source de revenus en attendant de générer des profits avec son entreprise.

Plan B

Beaucoup de conseils, de coachs et de formateurs vous diront qu'avoir un plan B est inutile voire même dangereux, car cela pourrait vous empêcher de tout donner pour réussir. Cependant, je pense que cela peut être contre-productif et risqué. En effet, votre produit ou service n'a pas été testé sur le marché avant la création de votre entreprise, donc vous découvrirez votre cible et son potentiel en volume. Vous pourriez constater que celui-ci n'est pas à la hauteur de vos attentes, ce qui peut être préjudiciable. De plus, si vous bénéficiez des indemnités de chômage, vous disposez d'une période limitée pour en profiter. Vous allez également investir de l'argent personnel dans votre entreprise. Par conséquent, avoir un plan B est essentiel.

Par exemple, je pourrais prévoir, avant la fin de mes indemnités dans huit mois,

de basculer vers un emploi salarié pour éviter de me mettre en danger et de mettre en sommeil ma société. Ou bien, si mon activité de vente ne décolle pas, je pourrais proposer mes compétences reconnues en tant que sous-traitant.

Dans mon cas, avoir un plan B a sauvé la création de mon entreprise. J'ai proposé mes services en tant que Chef de Projet en sous-traitance, ce qui a permis de maintenir l'activité de ma société.

Partie 2. Le Commerce

C’est vous le commercial
Les étapes de la vente
Formation

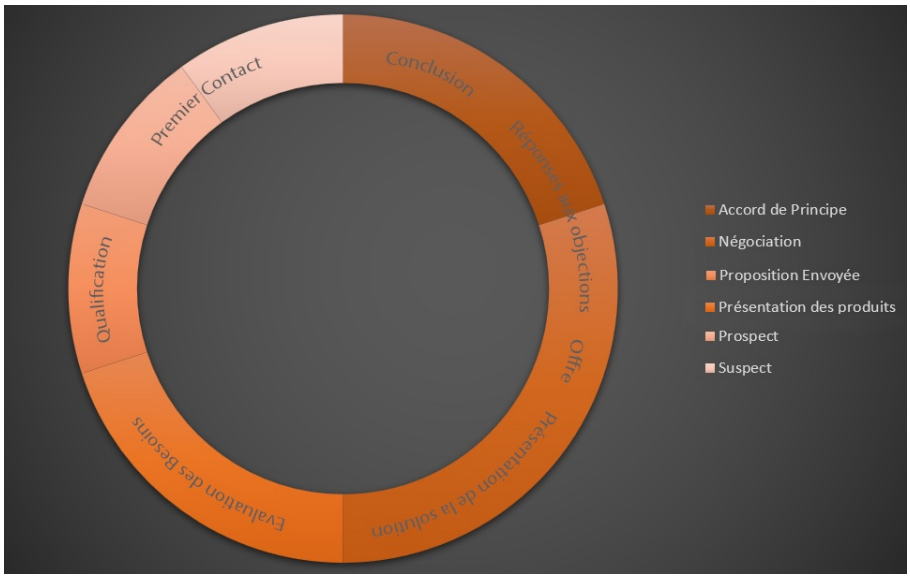
C’est vous le commercial

Beaucoup d'entrepreneurs oublient que pour faire vivre leur entreprise, c'est eux qui vont devoir se vendre, ainsi que leurs produits ou services. Cependant, ce n'est pas quelque chose qui vient naturellement à tout le monde.

Même si vous avez 20 ans d'expérience en tant que commercial pour différentes sociétés, cela ne garantit pas que vous aurez toujours la même patience ou la même passion pour ce métier. Cependant, étant donné que vous êtes maintenant aux commandes de votre entreprise, il est impératif que vous mettiez tout en œuvre pour trouver des prospects et les convertir en clients.

C'est pourquoi nous allons aborder ensemble le métier de commercial. Bien sûr, selon votre niveau de connaissances, certaines choses peuvent sembler évidentes, mais cela ne fait jamais de mal de les répéter. Après tout, un commercial doit même savoir passer par la fenêtre pour réussir à vendre.

Il va donc falloir assurer la vente pour votre entreprise, en attendant qu'elle se développe suffisamment pour engager un commercial pour le faire à votre place. Pour cela, il y a certaines étapes incontournables à suivre pour vendre efficacement.



Premier contact

Il est important de multiplier les contacts pour faire prospérer votre entreprise. Bien que les canaux de communication se soient multipliés aujourd'hui, il n'a jamais été aussi difficile d'établir des relations. Il peut être tentant de croire aux recettes miracles ou d'être persuadé d'avoir le meilleur canal de communication. Toutefois, établir de nombreux contacts reste difficile, surtout pour une nouvelle entreprise qui n'a aucune notoriété.

Nous aborderons les outils en détail dans la partie consacrée aux outils.

Il existe plusieurs canaux de communication pour atteindre vos prospects, tels que :

- La prospection téléphonique
- L'emailing
- Le site internet
- Les réseaux sociaux
- Les réseaux d'entreprise

Il est important d'organiser votre communication sur plusieurs canaux, mais cela nécessite du temps, de l'énergie et des compétences.

L'une de mes erreurs a été de miser sur un seul canal, l'emailing. Cette année, ma stratégie est de travailler davantage sur l'acquisition de clients via les réseaux sociaux et les réseaux d'entreprise.

Il est essentiel de prévoir une stratégie multi-canal et de mener des actions avec une constance maximale. Voici mes statistiques de prospection par email sur une période de six mois.

Période			
du 01/06 au 31/12 2021			
Nombre de mails engagés			
36911			
Nombre de mails ouverts			
11786			
Pourcentage ouverture		% Suspect	Suspects
32%		0,19	22
Pourcentage suspect sur mail Lu	0,17%	11786	
	1%		
	5,9		
Nombre de suspect	22		
Nombre de mail lu pour 1 suspect en moyenne	1	536	
Nombre de mail à envoyer pour 1 suspect	3151		

Il est crucial de mettre en place une stratégie efficace pour obtenir vos premiers clients. Cela nécessite une réflexion approfondie et une planification minutieuse.

Ensuite, il est important de mettre en place des moyens pour mesurer le nombre de prospects entrants nécessaires pour atteindre un certain chiffre d'affaires.

Qualification du prospect

Il existe deux écoles en matière de prospection : celles qui cherchent uniquement des prospects ayant un projet en cours, et celles qui cherchent à rencontrer un maximum de prospects pour essayer de susciter un projet chez ceux-ci.

Personnellement, je fais clairement partie de la première école, mais je ne critique pas la seconde. Cela dépend également de la compétence du commercial et de la capacité de la solution/produit/prestation proposé à toucher un maximum de personnes/sociétés.

Dans cette étape de qualification, vous allez échanger avec votre interlocuteur pour appréhender la connaissance de son projet, ses besoins, et le rôle de l’interlocuteur. Vous n'aurez pas toujours en prise directe le dirigeant, il va donc

falloir poser un maximum de questions et être à l'affût de la moindre information. C'est souvent durant cette découverte que vous allez un peu parler de vous. Cette découverte se fait souvent après la prospection, sous forme de rendez-vous physique, de visioconférence ou d'appel téléphonique.

Cas d’école

Je vais vous partager comment j'ai découvert et qualifié un prospect lors de la création de ma société.

Dans cette entreprise, mon interlocuteur était le directeur commercial qui était en charge de conquérir de nouveaux clients. Il vendait lui-même des solutions logicielles pour le retail. Il utilisait actuellement des outils Excel qui étaient obsolètes pour lui.

Dans mon e-mail d'introduction, il a montré de l'intérêt pour la solution CRM que je proposais. Nous avons ensuite eu une conversation téléphonique au cours de laquelle il m'a expliqué qu'il utilisait un fichier Excel qu'il avait créé lui-même, sa profession et comment il proposait ses offres. La solution qu'il envisageait était un développement spécifique pour un budget de 4 600 €.

Après cette conversation, je lui ai expliqué qui était PMESOFT, la solution que nous proposons et la stratégie que nous avions pour nous positionner dans un budget raisonnable.

Évaluation des besoins

Une fois la qualification du prospect effectuée, il est nécessaire de réaliser une analyse approfondie afin de comprendre parfaitement l'ensemble du projet. Il est également important de savoir que vous avez le droit de ne pas donner suite. En effet, votre solution ne peut pas convenir à tous les prospects et tous leurs projets. Ainsi, pour maximiser votre investissement commercial, il est essentiel de savoir faire des choix et de ne pas poursuivre les prospects qui présentent le moins de chances de signer. Pendant cette phase d'évaluation, vous devez poser des questions, écouter attentivement et poser encore des questions. Vous devez parler très peu de vous et de votre produit, et simplement accrocher l'attention de temps en temps pour garantir l'étape suivante de la présentation de la solution. Le ratio idéal pour cette étape est de 80% de temps de parole pour le prospect et 20% pour vous. L'évaluation des besoins est une étape cruciale qui doit être réalisée avant toute présentation de produit ou

démonstration.

Cas d’école

Je vais vous partager une expérience où j'ai rencontré un prospect qui avait un projet de CRM. Cependant, en discutant avec lui, j'ai compris que son besoin était de remonter les chiffres de ventes provenant de l'ERP de l'entreprise dans l'outil de CRM pour les commerciaux. Malheureusement, la solution que je distribue ne pouvait pas répondre à ce besoin sans des développements spécifiques qui ne faisaient pas partie de mes compétences.

J'ai donc expliqué clairement à mon prospect que je ne pouvais pas prendre en charge son projet, mais que je pouvais lui donner les coordonnées d'un autre confrère qui avait des solutions pouvant répondre à ses besoins. En faisant cela, j'ai gagné la confiance de ce prospect en étant honnête et transparent. Ce dernier m'a d'ailleurs donné une affaire sur laquelle lui-même ne pouvait pas se positionner, ce qui montre que le fait de dire non à un prospect peut aussi être bénéfique.

En conclusion, il est important de faire des "No GO" lorsque la solution que vous proposez ne peut pas répondre aux besoins d'un prospect. Cela permet de maximiser l'investissement commercial et d'éviter de perdre du temps sur des prospects où vous avez le moins de chance de signer. L'évaluation des besoins du prospect est donc primordiale avant toute présentation de produit ou démonstration.

Présentation de la solution

On peut parler de présentation produit ou de démonstration de la solution, peu importe le terme

utilisé, car cela dépend du secteur d'activité. En tout cas, il s'agit d'apporter une solution à la problématique de votre client. Pour y parvenir, vous devez vous appuyer sur la phase de découverte et l'évaluation des besoins pour orienter votre présentation en rapport avec les attentes de votre client.

Cette étape est primordiale. Sans une bonne présentation, la vente ne peut pas se faire. C'est le point de bascule des ventes complexes ou en mode projet. Soit vous continuez, soit l'aventure se termine là. Lors de cette phase de vente, un binôme peut être nécessaire, car la compétence du commercial n'est pas toujours suffisante pour faire une présentation complète et convaincante. De même, il peut être stratégique d'avoir une nouvelle personne dans la relation si c'est possible, afin que la vente ne repose pas sur une seule personne.

Cas d’école

Pendant cette phase de démonstration avec mon prospect, qui avait pour projet de s'équiper auprès d'une société proposant un développement spécifique, j'ai mis en avant toutes les fonctionnalités qu'une solution métier développée par un éditeur peut offrir. Par exemple, j'ai mis en avant la possibilité d'envoyer un e-mail avec la garantie que votre contact l'a ouvert, combien de fois et à quel moment, ce qui était impossible chez mon concurrent. J'ai également suscité de nouveaux besoins, comme la possibilité de réagir à une offre commerciale

couplée à la CRM avec une signature électronique intégrée.

C'est lors de cette présentation que j'ai vraiment pu répondre à la problématique de mon prospect et faire la différence avec les solutions proposées par mes concurrents. C'est à partir de cette étape que j'ai commencé à gagner du terrain.

Offre

L’élaboration de l’offre commerciale est une étape cruciale dans votre cycle de vente avec votre prospect. Il est essentiel de chiffrer le projet de manière précise. Dans l’idéal, vous devez avoir validé le budget de votre prospect pour ne pas proposer une offre inadaptée. Cependant, il est parfois difficile d’obtenir cette information. Dans ce cas, n’hésitez pas à annoncer une fourchette budgétaire pour situer votre solution et avoir une idée du ressenti de votre prospect avant de rédiger votre proposition commerciale.

Il est important de noter que l’accord sur une remise trop importante une fois l’offre rédigée peut inquiéter votre prospect. Il pourrait penser que vous ne lui apporterez pas le meilleur service une fois la vente conclue. C’est également à ce moment que vous pouvez décider de faire un No GO si votre solution dépasse le budget de votre prospect.

Cas d’école

Lors de la phase d'élaboration de l'offre commerciale, il est essentiel de tenir compte du budget annoncé par le prospect. Dans mon cas, mon prospect avait annoncé un budget de 4800 €, et j'ai pris soin de lui rappeler que nous allions nous rapprocher de cette somme pour éviter un écart trop important. Cependant, après avoir présenté notre solution, j'ai réalisé que notre proposition était nettement meilleure que celle de notre concurrent. J'ai donc positionné notre offre à 5600 €, sans me conformer aux tarifs de nos concurrents. En effet, il est important de mettre en avant votre proposition de valeur et de rassurer votre prospect quant à la qualité de votre solution. En proposant une offre adaptée et de qualité, vous pouvez gagner la confiance de votre prospect et conclure la vente.

Réponses aux objections ou explication de votre offre

La gestion des objections est une étape cruciale de votre processus de vente. En réalité, les objections peuvent survenir à tout moment au cours de votre interaction avec le prospect et pas seulement lors de la présentation de votre proposition commerciale. À ce stade crucial du projet, il est essentiel d'expliquer clairement la proposition de valeur de votre solution et de rassurer le prospect en montrant comment votre solution répond à ses besoins. Vous devez également répondre avec intelligence aux questions de votre client. Pour ce faire, vous devez écouter attentivement et comprendre la question cachée derrière l'objection. En effet, le prospect ne vous dira jamais directement ce qui le préoccupe vraiment. En répondant avec des arguments solides et en montrant comment votre solution peut résoudre les problèmes de votre prospect, vous pourrez surmonter les objections et avancer vers la conclusion de la vente.

Conclusion

La conclusion de la vente est une étape cruciale du processus commercial. Avant même de rencontrer le prospect pour la signature du contrat, il est souvent possible d'obtenir un accord de principe au téléphone pour confirmer que la vente sera conclue. Cela permet de s'assurer que le prospect est engagé et que la vente est quasiment acquise.

Cependant, la signature du contrat ne doit pas se faire sans la garantie d'un acompte. Cela permet non seulement d'améliorer votre trésorerie, mais aussi d'obtenir un engagement plus fort de la part du client. Dans ma pratique professionnelle, j'ai généralement demandé un acompte de 30% à la commande, mais récemment j'ai commencé à demander un acompte de 50% et je n'ai jamais rencontré de refus.

Lors de cette étape finale, il est important de rester professionnel et de ne pas se laisser emporter par l'excitation de la vente. Il est crucial de vérifier tous les détails de la commande, y compris les délais de livraison et les modalités de paiement, afin d'éviter les problèmes futurs. En résumé, la conclusion de la vente doit être traitée avec sérieux et professionnalisme pour garantir une relation commerciale réussie.

Formation

Être Commercial

Lorsque l'on crée son entreprise, il est crucial de signer rapidement des ventes pour lancer son activité. Cependant, tous ne possèdent pas les connaissances et les réflexes nécessaires, à moins d'avoir une longue expérience commerciale.

Ainsi, je vous recommande vivement de suivre une formation pour améliorer vos compétences en vente. Vous pouvez opter pour différentes méthodes telles que :

- La lecture de livres spécialisés ;
- Le visionnage de vidéos sur YouTube ;
- La participation à des formations de vente.

Il est cependant important de choisir un formateur expérimenté ayant une solide expérience dans le domaine de la vente. En effet, l'expérience ne s'acquiert pas seulement en école de commerce ou en pratiquant quelques années.

Personnellement, j'ai découvert il y a plusieurs années un expert en vente. J'ai lu son livre "Vendeur d'élite" et j'ai visionné l'ensemble de ses vidéos YouTube. Cette formation m'a été très utile pour améliorer mes compétences commerciales.

Il s’agit de :

Michael Aguilar

Partie 3. Les Outils CRM

CRM Qu’est ce que c’est?
CRM Excel
CRM Odoo

CRM Qu’est ce que c’est

Le CRM, ou Gestion de la Relation Client en français, est l'outil fondamental de toute entreprise. Il est considéré comme plus important que la comptabilité et la facturation. Son objectif est de créer une base de données contenant des fichiers prospects répertoriant les sociétés ciblées par vos produits. Pour chaque fiche société, vous enregistrez les contacts et interlocuteurs, appelés Personnas en marketing.

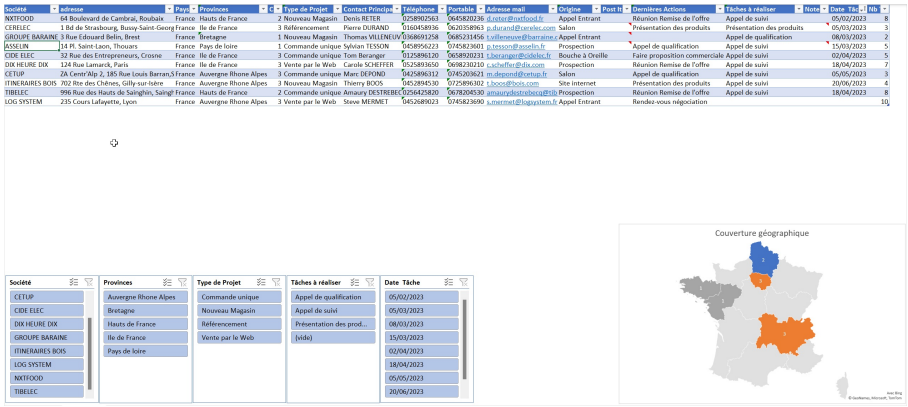
Grâce à cette base de données, vous gérez les échanges avec vos prospects via divers canaux, tels que les e-mails et les appels téléphoniques. Vous devez également enregistrer toutes les interactions et suivre les projets et opportunités pour maximiser l'efficacité et conclure des contrats.

En somme, le CRM est un outil essentiel pour gérer la relation client de votre entreprise, de la prospection à la conclusion des ventes.

CRM Excel

La gestion des projets

PMESOFT a créé un outil destiné à faciliter le démarrage de votre activité et à vous permettre un suivi précis de vos dossiers. Grâce à cet outil, vous pouvez gérer vos prospects dès l'écran d'accueil de l'application. Il vous suffit de saisir les informations relatives aux sociétés que vous avez ciblées et de répertorier vos contacts ou interlocuteurs pour chaque fiche société. Vous pouvez également suivre les échanges avec vos prospects, que ce soit par mail, par téléphone, ou autre, et tracer ces actions pour une meilleure efficacité. Enfin, l'outil vous permet de suivre les projets ou opportunités et de les gérer jusqu'à la signature.

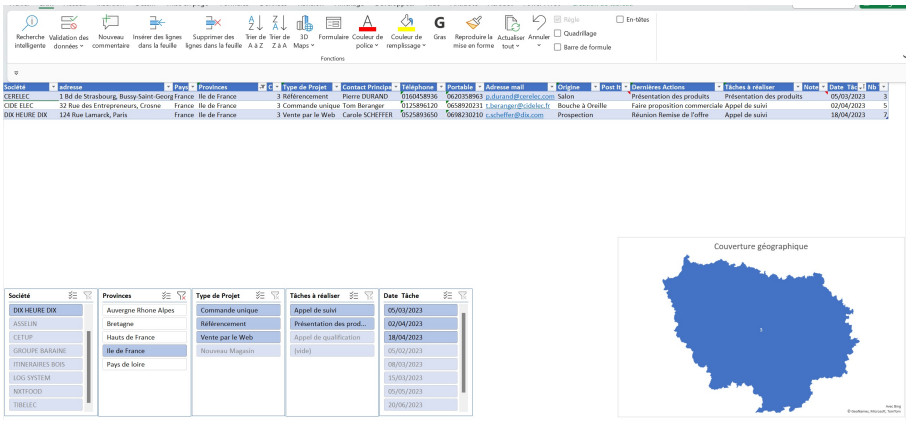


Dans l'écran d'accueil de l'application, vous pouvez visualiser l'ensemble de vos prospects avec des informations telles que leur nombre, les actions à entreprendre, leur origine, leur région et leurs coordonnées.

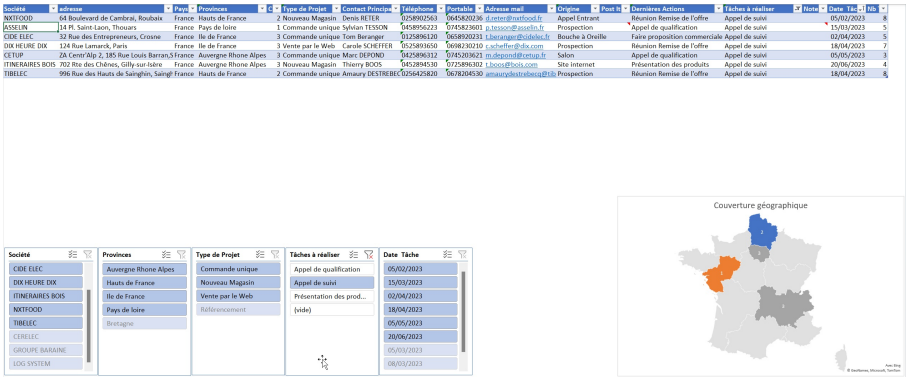
De plus, grâce à la carte de France, vous pouvez rapidement voir les secteurs que vous couvrez dans le cadre de votre prospection.

Les filtres à gauche vous permettent de concentrer l'information en fonction de vos besoins. Par exemple, en filtrant sur la société CETUP, vous pouvez vous concentrer sur sa fiche et ses détails.

Vous pouvez également filtrer les prospects par région, ce qui vous permet de cibler plus précisément votre prospection.



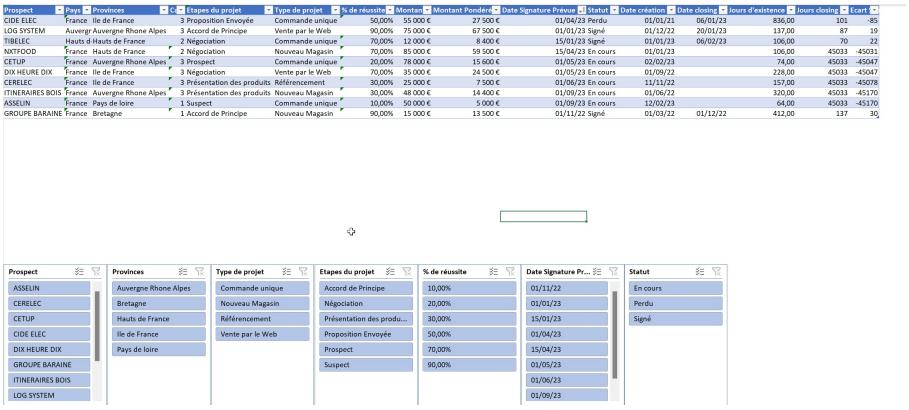
Ou voir que les actions de suivi



Ces différentes fonctionnalités sont essentielles pour la gestion de mes tâches et de mes relances.

La gestion des opportunités

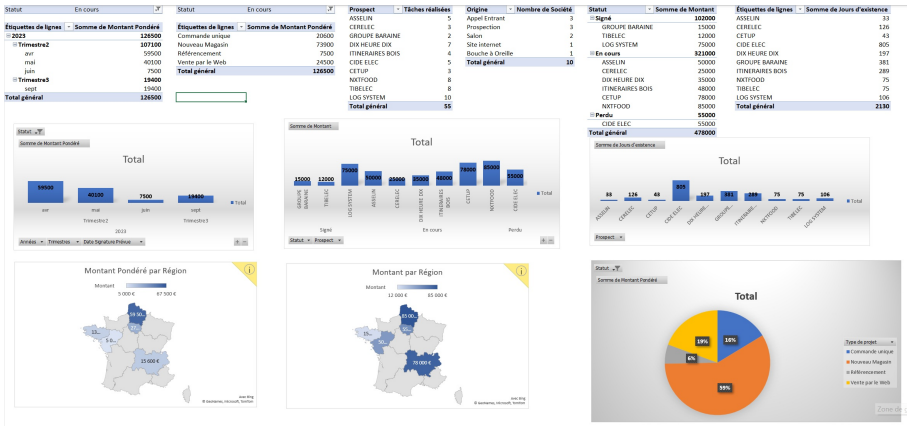
Une fois que les contacts ont été établis, il est temps de suivre les opportunités commerciales et d'avoir une vision claire de votre prévisionnel.



L'objectif de ce tableau est de mettre à jour les opportunités en cours pour

pouvoir suivre leur évolution et ainsi anticiper la date de signature. Ainsi, vous pourrez savoir quand vos prospects vont se transformer en clients et avoir une vision précise de votre prévisionnel de ventes.

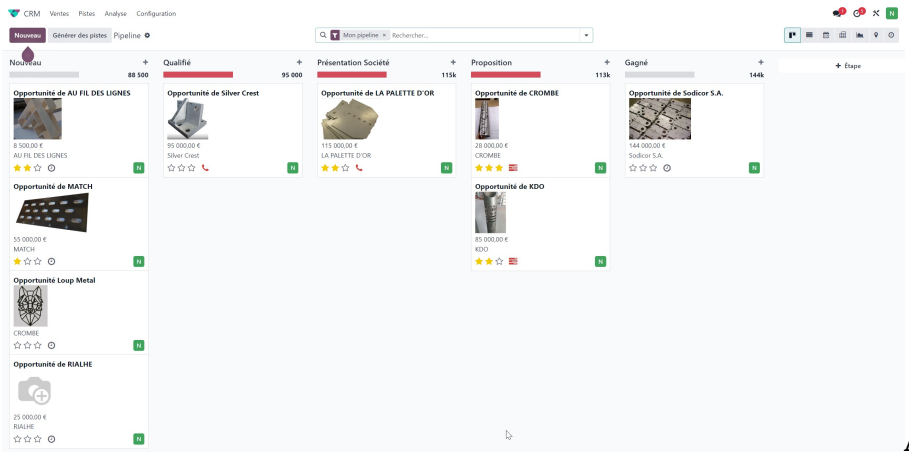
Les analyses



L'objectif des analyses est de pouvoir restituer une vision du prévisionnel à venir en permettant la construction de rapports personnalisés. Il est ainsi possible de réaliser des analyses de pipeline par région ou par typologie de produit. Cette partie est entièrement personnalisable selon les besoins de l'utilisateur.

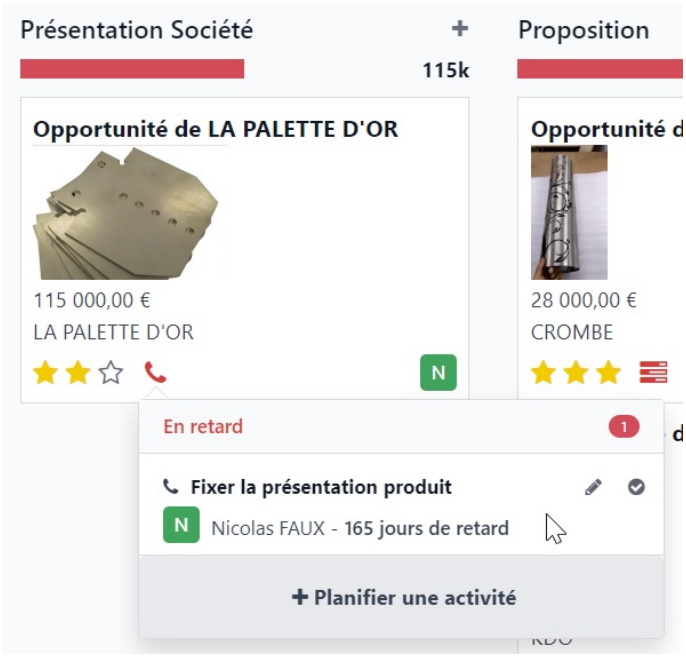
CRM Odoo

Pipe des projets



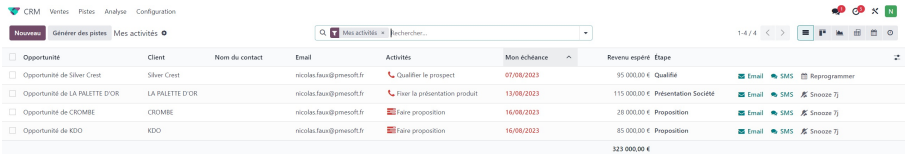
Au travers du Pipe on va pouvoir gérer le suivi des opportunités

On va également pouvoir planifier des tâches



Avec des échéances

Activités



On peut retrouver ainsi la liste des tâches

Partie 4. La Prospection

- Les canaux de prospection
- La data
- Ma méthode d'e-mailing
- Ma méthode de Phoning

Les Canaux de prospection

Pour entrer en contact avec vos interlocuteurs cibles, il est important de déterminer vos personas. Une fois ces derniers identifiés, vous pouvez mettre en place différentes méthodes de prospection.

Pour ce faire plusieurs méthodes sont possibles :

-Portes à portes en entreprise

L'une d'entre elles consiste à se rendre directement sur place, en entreprise, pour une prospection en porte à porte. Cette méthode, bien qu'originale et à contre-courant, peut s'avérer coûteuse et nécessiter des déplacements sur des zones industrielles. Il est également important de connaître le nom de la personne à rencontrer pour maximiser vos chances de succès. Si vous rencontrez votre interlocuteur, vous pourrez obtenir un retour immédiat sur le projet.

Avantages : L'un des principaux avantages de ce canal de prospection est qu'il est souvent oublié, ce qui en fait une méthode originale et à contre-courant. Cette originalité peut vous donner un avantage pour obtenir des rendez-vous directs avec vos prospects. De plus, si vous avez la chance de rencontrer votre interlocuteur en personne, vous pourrez obtenir rapidement des informations sur le projet de votre prospect et ainsi savoir rapidement s'il est intéressé ou non.

Inconvénients : Ce canal de prospection présente plusieurs inconvénients à prendre en compte. Tout d'abord, les coûts sont souvent élevés en raison des déplacements nécessaires sur des zones industrielles éloignées. De plus, il faut déployer une quantité importante d'énergie pour préparer les visites et les mener à bien. Enfin, il est important de noter que les refus à l'accueil peuvent constituer une difficulté majeure dans la réalisation de cette méthode de prospection.

Pour réussir cette méthode, il est indispensable de disposer de données hyper-localisées sur les villes et les zones industrielles ciblées, afin d'optimiser les déplacements et de limiter les coûts.

-Phoning

Le démarchage commercial au téléphone est une méthode de prospection historique qui a été utilisée de tout temps par les commerciaux. Aujourd'hui encore, c'est un canal fort de prospection qui peut donner de bons résultats.

Avantages : Le canal téléphonique est une méthode de prospection peu coûteuse qui ne nécessite pas de déplacements coûteux. De plus, de nombreux forfaits incluent un nombre d'appels importants, voire illimités, ce qui permet de réaliser des économies significatives.

En utilisant cette méthode, il est également possible de mener une étude de marché en recueillant des informations sur les besoins et les attentes des prospects. De plus, les résultats sont souvent rapidement obtenus et il est possible de détecter rapidement les projets potentiels..

Inconvénients :Lorsqu'on ne dispose pas du nom de la personne à contacter, il peut être difficile de franchir le barrage des standardistes. Il faut souvent effectuer un nombre d'appels important avant de pouvoir entrer en contact avec la personne ciblée. De plus, de nombreux standardistes utilisent des systèmes automatisés pour filtrer les appels, ce qui rend la tâche encore plus difficile.

Cette méthode de prospection requiert donc un investissement important en termes de temps et d'énergie pour réussir à trouver des opportunités. Il peut être difficile de tenir sur le long terme dans ce genre de métier, car cela peut devenir fastidieux à la longue. De même, pour un commercial sur le terrain, il peut être difficile de trouver le temps nécessaire pour effectuer un grand nombre d'appels régulièrement.

L’emailing

L'emailing est aujourd'hui un canal de communication important, bien que de nombreuses personnes se plaignent de la surcharge de courriels qu'elles reçoivent quotidiennement. Cependant, il demeure un outil pertinent en raison de sa capacité à atteindre facilement vos cibles.

Avantages : Le mailing offre une grande capacité de production et une facilité de diffusion. Vous pouvez rapidement constituer une liste de prospects et communiquer avec eux. De plus, l'envoi d'informations ciblées est beaucoup plus simple.

Inconvénients : Il est difficile de trouver une solution peu coûteuse qui offre à la fois des données de qualité et les bons outils pour envoyer les courriels. Un budget de vente conséquent est nécessaire pour rentabiliser le faible nombre de projets détectés, en particulier dans les secteurs de l'IT.

Les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux peuvent être utilisés de différentes manières, que ce soit pour communiquer par le biais de publications, pour envoyer des messages ciblés comme dans l'emailing, ou même pour faire de la publicité, selon les plateformes.

Avantages : Les réseaux sociaux sont des canaux assez puissants, mais ils nécessitent un effort de publication régulier. Ils offrent la possibilité d'utiliser cet outil comme un complément aux autres canaux de communication. De plus, on peut s'appuyer sur l'effet multiplicateur de son réseau pour communiquer de manière plus massive.

Inconvénients : La construction d'un réseau sur les réseaux sociaux prend du temps, et les solutions pour l'utiliser à des fins de prospection sont souvent coûteuses.

Les Clubs entreprises

Les clubs d'entreprises sont des regroupements qui favorisent les rencontres entre dirigeants ou éventuellement entre directeurs commerciaux. Ils sont souvent organisés au niveau régional et offrent des opportunités de networking lors de soirées ou déjeuners.

Ces réunions physiques permettent aux dirigeants d'échanger entre eux. L'organisation propose généralement des thèmes ou des sessions d'information couvrant des problématiques sociétales, dans le but d'aider les membres lors de ces rencontres.

Avantages : Ces réunions offrent l'occasion de rencontrer directement des dirigeants, souvent une vingtaine lors d'une seule réunion. On peut également y trouver des partenariats croisés pour répondre aux besoins de sa propre entreprise. Les invités présents grâce au club peuvent également aider à résoudre des problématiques spécifiques.

Inconvénients : Il est possible d'assister à de nombreuses réunions sans trouver d'opportunités concrètes. Pour certaines personnes, aborder des individus qu'elles ne connaissent pas peut être intimidant. Certains clubs ont des critères d'entrée stricts, rendant leur adhésion difficile ou réservée à un cercle restreint.

La Data

Les données encore les données

Indépendamment de la méthode de prospection que vous utilisez, qu'il s'agisse du phoning, de l'emailing, etc., avoir des informations précises et les bonnes coordonnées est essentiel. Il existe plusieurs techniques et outils à cet effet, certains étant si complexes qu'ils pourraient remplir un livre à eux seuls. Cependant, il est important de noter que des données de qualité ne peuvent jamais être totalement gratuites, et au contraire, elles exigent toutes des investissements budgétaires.

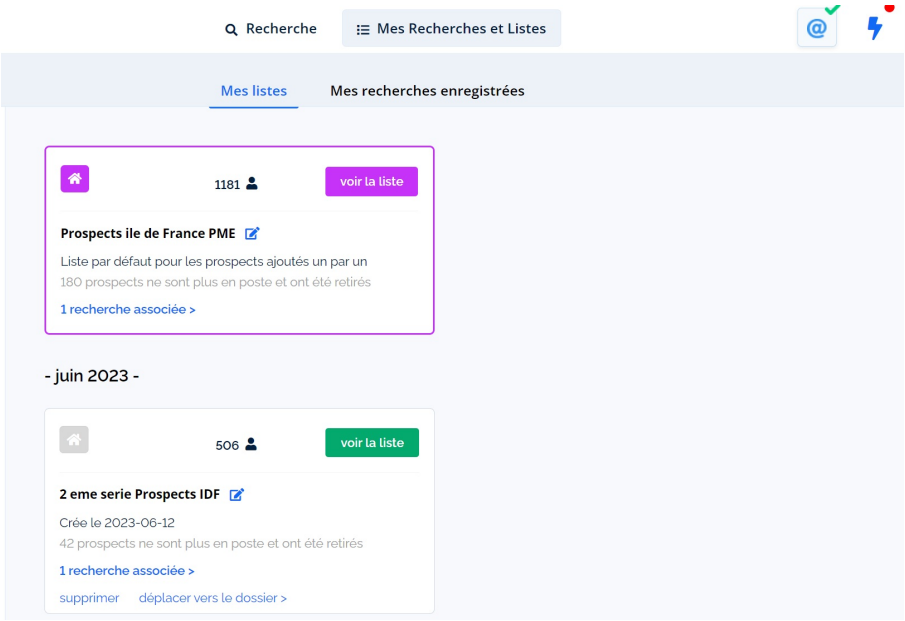
Aujourd'hui, il est tout simplement impensable de mener une prospection efficace sans disposer des bonnes informations, telles que l'adresse e-mail ou le numéro de téléphone de votre interlocuteur clé.

Votre première étape consistera à établir des listes de prospection,

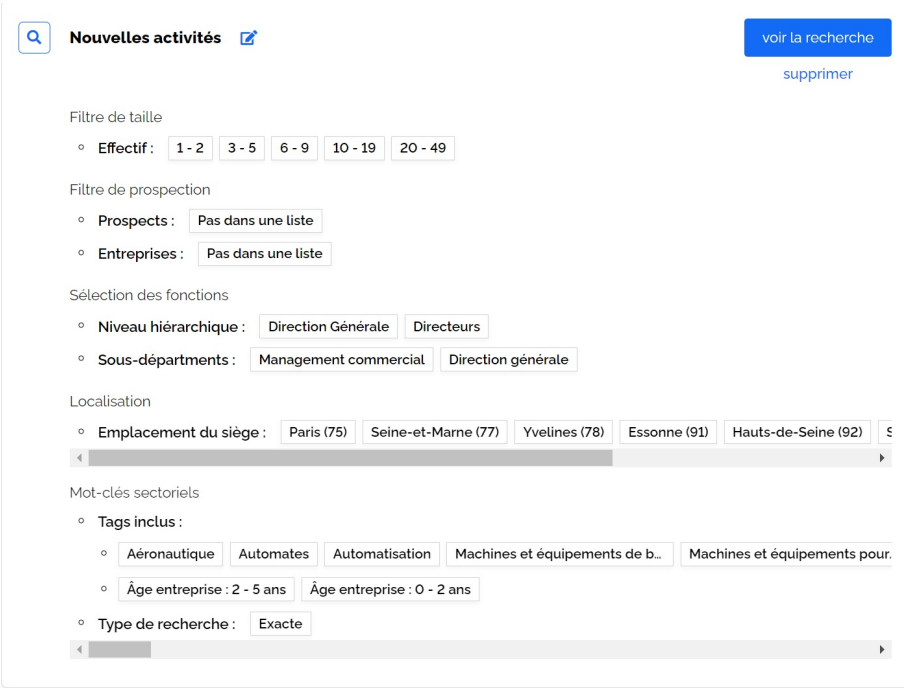
Les outils pour obtenir de la donnée

Utilisation de Pharrow

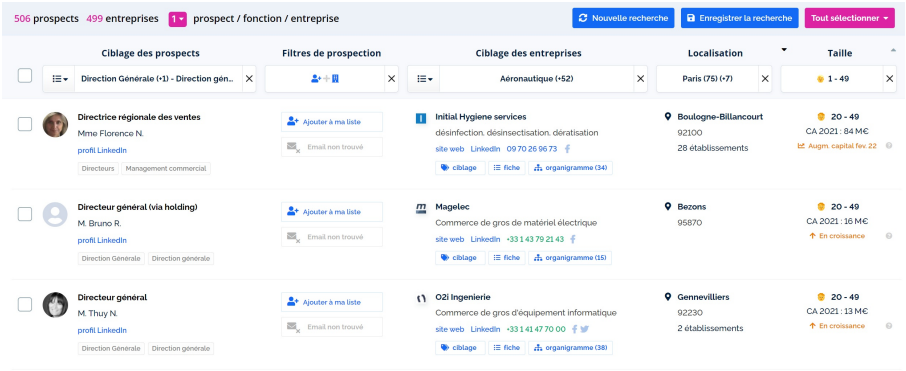
Vous allez établir des listes de prospection



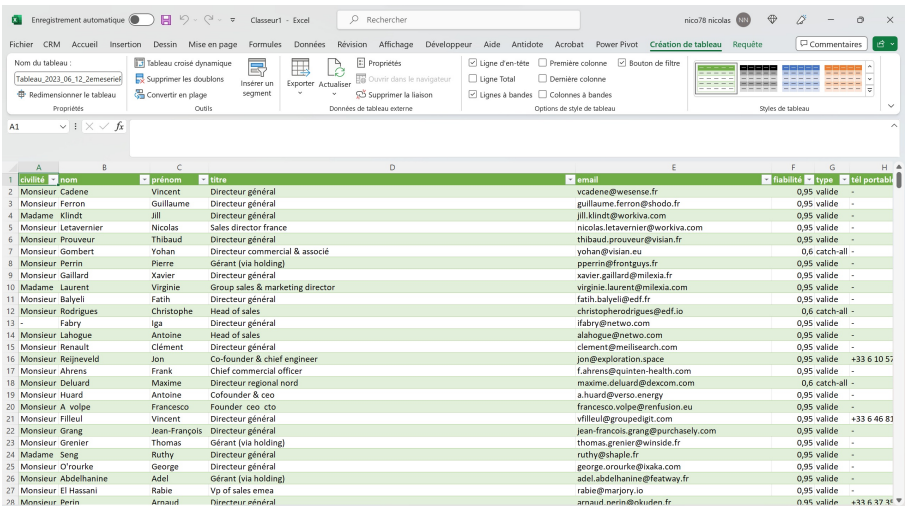
Ces listes de prospections vont se faire avec différents filtres en fonction des critères les plus pertinents pour vos produits



Il vous sera ensuite possible de procéder à la consultation du résultat de votre recherche



Une fois le résultat validé vous pourrez ainsi extraire les données au travers d'un fichier excel



civilité	nom	prénom	titre	email	fiabilité	type	tél portable
Monsieur	Cadene	Vincent	Directeur général	vcadene@wesense.fr	0,95	valide	-
Monsieur	Ferron	Guillaume	Directeur général	guillaume.ferron@shodo.fr	0,95	valide	-
Madame	Klindt	Jill	Directeur général	jill.klindt@workiva.com	0,95	valide	-
Monsieur	Letavernier	Nicolas	Sales director france	nicolas.letavernier@workiva.com	0,95	valide	-
Monsieur	Prouveur	Thibaud	Directeur général	thibaud.prouveur@visian.fr	0,95	valide	-
Monsieur	Gombert	Yohan	Directeur commercial & associé	yohan@visian.eu	0,6	catch-all	-
Monsieur	Perrin	Pierre	Gérant (via holding)	pperrin@frontguys.fr	0,95	valide	-
Monsieur	Gaillard	Xavier	Directeur général	xavier.gaillard@milexia.fr	0,95	valide	-
Madame	Laurent	Virginie	Group sales & marketing director	virginie.laurent@milexia.com	0,95	valide	-
Monsieur	Balyeli	Fatih	Directeur général	fatih.balyeli@edf.fr	0,95	valide	-
Monsieur	Rodrigues	Christophe	Head of sales	christopherodrigues@edf.io	0,6	catch-all	-
-	Fabry	Iga	Directeur général	ifabry@netwo.com	0,95	valide	-
Monsieur	Lahogue	Antoine	Head of sales	alahogue@netwo.com	0,95	valide	-
Monsieur	Renault	Clément	Directeur général	clement@meilisearch.com	0,95	valide	-
Monsieur	Reijneveld	Jon	Co-founder & chief engineer	jon@exploration.space	0,95	valide	+33 6 10 57
Monsieur	Ahrens	Frank	Chief commercial officer	f.ahrens@quinten-health.com	0,95	valide	-
Monsieur	Deluard	Maxime	Directeur regional nord	maxime.deluard@dexcom.com	0,6	catch-all	-
Monsieur	Huard	Antoine	Cofounder & ceo	a.huard@verso.energy	0,95	valide	-
Monsieur	A volpe	Francesco	Founder ceo cto	francesco.volpe@renfusion.eu	0,95	valide	-
Monsieur	Filleul	Vincent	Directeur général	vfilleul@groupedigit.com	0,95	valide	+33 6 46 81
Monsieur	Grang	Jean-François	Directeur général	jean-francois.grang@purchasely.com	0,95	valide	-
Monsieur	Grenier	Thomas	Gérant (via holding)	thomas.grenier@winside.fr	0,95	valide	-
Madame	Seng	Ruthy	Directeur général	ruthy@shaple.fr	0,95	valide	-
Monsieur	O'rourke	George	Directeur général	george.orourke@ixaka.com	0,95	valide	-
Monsieur	Abdelhanine	Adel	Gérant (via holding)	adel.abdelhanine@featway.fr	0,95	valide	-
Monsieur	El Hassani	Rabie	Vp of sales emea	rabie@marjory.io	0,95	valide	-
Monsieur	Perin	Arnaud	Directeur général	arnaud.perin@okuden.fr	0,95	valide	+33 6 37 35

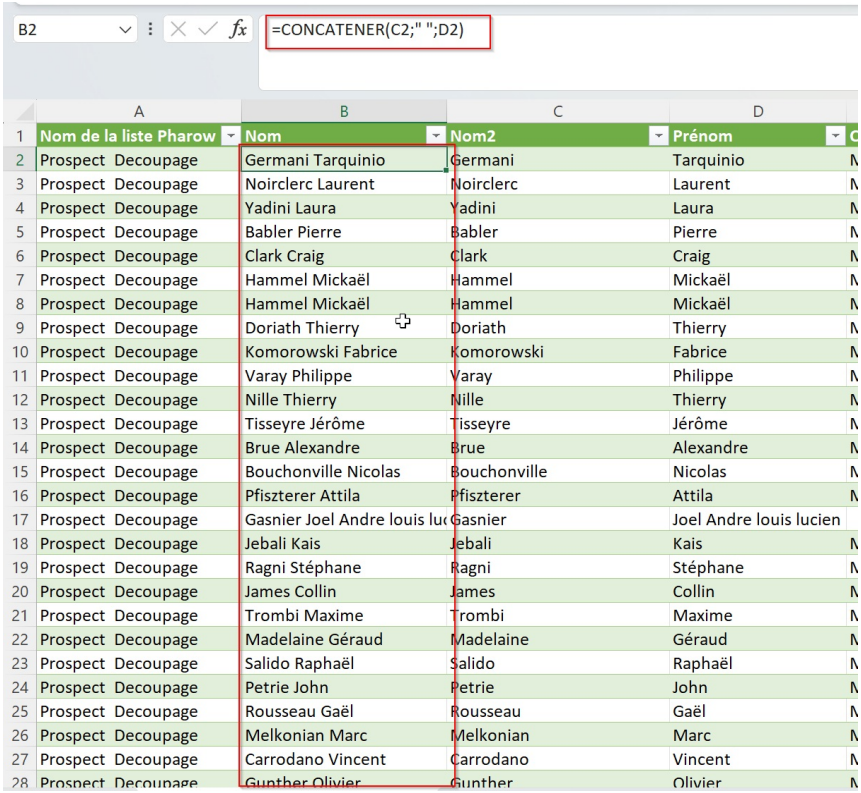
Import des données dans une solution d’emailing :

Vous allez passez par le programme d’import des contacts dans une solution d’emailing de type Odon par exemple

On va donc travailler sur l’excel généré précisément

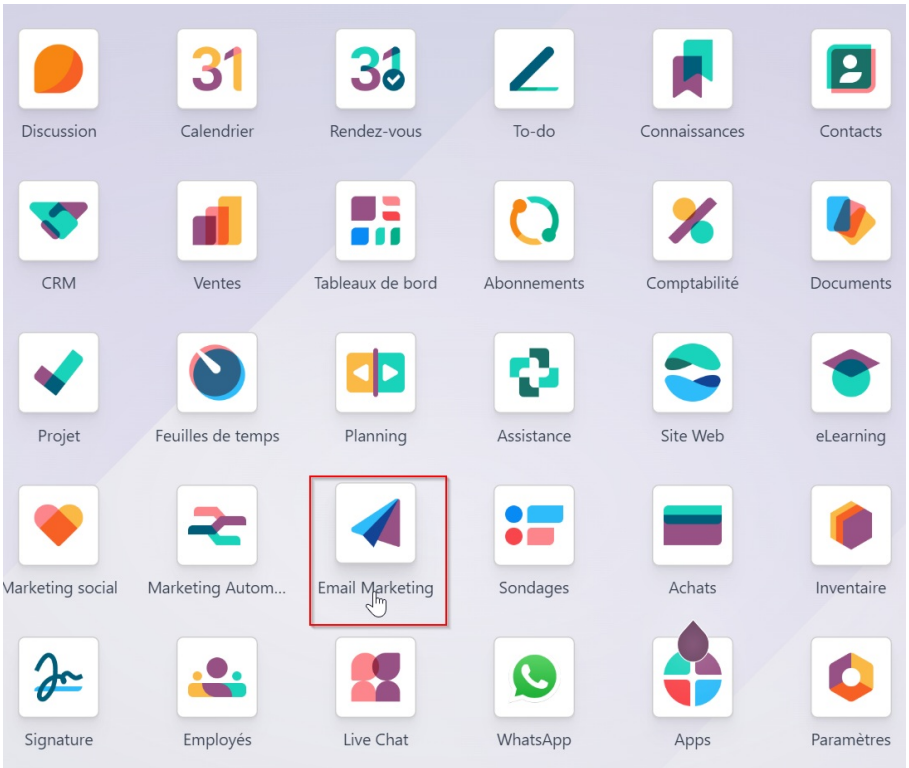
	A	B	C	D	E	F	
1	Nom de la liste Pharow	Nom	Nom2	Prénom	Civilité	URL LinkedIn du prospect	Poste occupé
2	Prospect Decoupage	Germani Tarquinio	Germani	Tarquinio	Monsieur	https://www.linkedin.com/in/tarquinio-germani-b6310170	Responsable progr
3	Prospect Decoupage	Noirclerc Laurent	Noirclerc	Laurent	Monsieur	https://www.linkedin.com/in/lnoirclerc	Directeur général
4	Prospect Decoupage	Yadini Laura	Yadini	Laura	Madame	https://www.linkedin.com/in/laura-yadini-0b6831121	Responsable logisti
5	Prospect Decoupage	Babler Pierre	Babler	Pierre	Monsieur	https://www.linkedin.com/in/pierre-babler-58083b225	Directeur de produ
6	Prospect Decoupage	Clark Craig	Clark	Craig	Monsieur		Directeur général (
7	Prospect Decoupage	Hammel Mickaël	Hammel	Mickaël	Monsieur	https://www.linkedin.com/in/mickael-hammel-2900b643	Directeur général (
8	Prospect Decoupage	Hammel Mickaël	Hammel	Mickaël	Monsieur	https://www.linkedin.com/in/mickael-hammel-2900b643	Directeur général (
9	Prospect Decoupage	Doriath Thierry	Doriath	Thierry	Monsieur	https://www.linkedin.com/in/thierry-doriath-0458b28	Directeur général
10	Prospect Decoupage	Komorowski Fabrice	Komorowski	Fabrice	Monsieur	https://www.linkedin.com/in/fabrice-komorowski-ba725265	Head of supply cha
11	Prospect Decoupage	Varay Philippe	Varay	Philippe	Monsieur	https://www.linkedin.com/in/philippe-varay-1a172589	Directeur général
12	Prospect Decoupage	Nille Thierry	Nille	Thierry	Monsieur	https://www.linkedin.com/in/thierry-nille	Directeur général
13	Prospect Decoupage	Tisseyre Jérôme	Tisseyre	Jérôme	Monsieur	https://www.linkedin.com/in/jérôme-tisseyre-10689b17a	Responsable en log
14	Prospect Decoupage	Brue Alexandre	Brue	Alexandre	Monsieur	https://www.linkedin.com/in/alexandre-brue-987a1b10	Directeur général
15	Prospect Decoupage	Bouchonville Nicolas	Bouchonville	Nicolas	Monsieur	https://www.linkedin.com/in/nicolas-bouchonville	Directeur industriel
16	Prospect Decoupage	Pfiszterer Attila	Pfiszterer	Attila	Monsieur		Directeur général
17	Prospect Decoupage	Gasnier Joel Andre louis lu	Gasnier	Joel Andre louis lucien		https://www.linkedin.com/in/joël-gasnier-312367103	Directeur général (
18	Prospect Decoupage	Jebali Kais	Jebali	Kais	Monsieur	https://www.linkedin.com/in/kais-jebali-76a143194	Responsable produ
19	Prospect Decoupage	Ragni Stéphane	Ragni	Stéphane	Monsieur		Directeur général
20	Prospect Decoupage	James Collin	James	Collin	Monsieur	https://www.linkedin.com/in/collin-james-075908121	Responsable logisti
21	Prospect Decoupage	Trombi Maxime	Trombi	Maxime	Monsieur	https://www.linkedin.com/in/maxime-trombi-94ab37205	Agent de productio
22	Prospect Decoupage	Madelaine Géraud	Madelaine	Géraud	Monsieur		Directeur général
23	Prospect Decoupage	Salido Raphaël	Salido	Raphaël	Monsieur	https://www.linkedin.com/in/raphaël-salido-853b72205	Responsable ordon
24	Prospect Decoupage	Petrie John	Petrie	John	Monsieur	https://www.linkedin.com/in/john-petrie-55a79b31	Vice president moc
25	Prospect Decoupage	Rousseau Gaël	Rousseau	Gaël	Madame	https://www.linkedin.com/in/gaël-rousseau-24088668	Production manage
26	Prospect Decoupage	Melkonian Marc	Melkonian	Marc	Monsieur	https://www.linkedin.com/in/marc-melkonian-4a135844	Directeur général
27	Prospect Decoupage	Carrodano Vincent	Carrodano	Vincent	Monsieur	https://www.linkedin.com/in/carrodano-vincent-b1550184	Manager supply ch
28	Prospect Decoupage	Gunther Olivier	Gunther	Olivier	Monsieur		Directeur général

Toutefois souvent on va avoir dans les CRM un champ qui contient le nom et le prénom
Il faudra donc dans le fichier excel récupérer générer une colonne pour concaténer ensemble le nom et le prénom et en rajoutant un espace

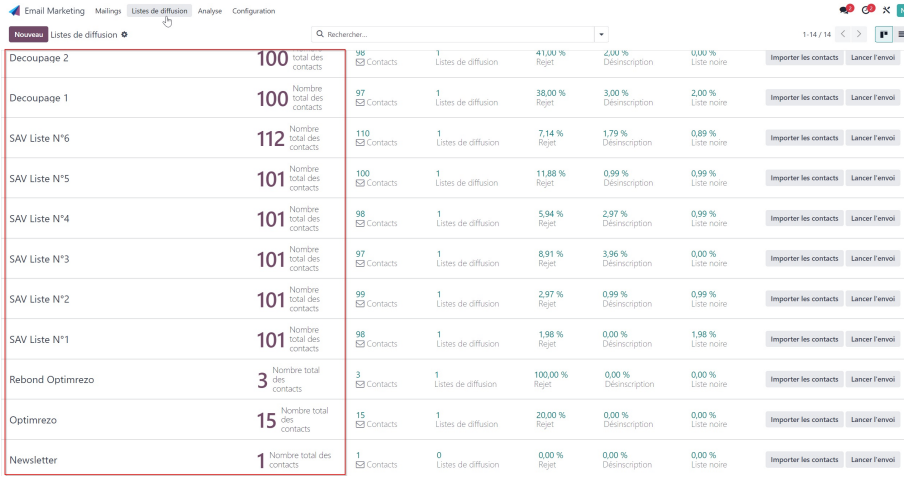


	A	B	C	D
1	Nom de la liste Pharow	Nom	Nom2	Prénom
2	Prospect Decoupage	Germani Tarquinio	Germani	Tarquinio
3	Prospect Decoupage	Noirclerc Laurent	Noirclerc	Laurent
4	Prospect Decoupage	Yadini Laura	Yadini	Laura
5	Prospect Decoupage	Babler Pierre	Babler	Pierre
6	Prospect Decoupage	Clark Craig	Clark	Craig
7	Prospect Decoupage	Hammel Mickaël	Hammel	Mickaël
8	Prospect Decoupage	Hammel Mickaël	Hammel	Mickaël
9	Prospect Decoupage	Doriath Thierry	Doriath	Thierry
10	Prospect Decoupage	Komorowski Fabrice	Komorowski	Fabrice
11	Prospect Decoupage	Varay Philippe	Varay	Philippe
12	Prospect Decoupage	Nille Thierry	Nille	Thierry
13	Prospect Decoupage	Tisseyre Jérôme	Tisseyre	Jérôme
14	Prospect Decoupage	Brue Alexandre	Brue	Alexandre
15	Prospect Decoupage	Bouchonville Nicolas	Bouchonville	Nicolas
16	Prospect Decoupage	Pfiszterer Attila	Pfiszterer	Attila
17	Prospect Decoupage	Gasnier Joel Andre louis luc	Gasnier	Joel Andre louis lucien
18	Prospect Decoupage	Jebali Kais	Jebali	Kais
19	Prospect Decoupage	Ragni Stéphane	Ragni	Stéphane
20	Prospect Decoupage	James Collin	James	Collin
21	Prospect Decoupage	Trombi Maxime	Trombi	Maxime
22	Prospect Decoupage	Madelaine Géraud	Madelaine	Géraud
23	Prospect Decoupage	Salido Raphaël	Salido	Raphaël
24	Prospect Decoupage	Petrie John	Petrie	John
25	Prospect Decoupage	Rousseau Gaël	Rousseau	Gaël
26	Prospect Decoupage	Melkonian Marc	Melkonian	Marc
27	Prospect Decoupage	Carrodano Vincent	Carrodano	Vincent
28	Prospect Decoupage	Gunther Olivier	Gunther	Olivier

On va ensuite utiliser l'application d'emailing Odoo

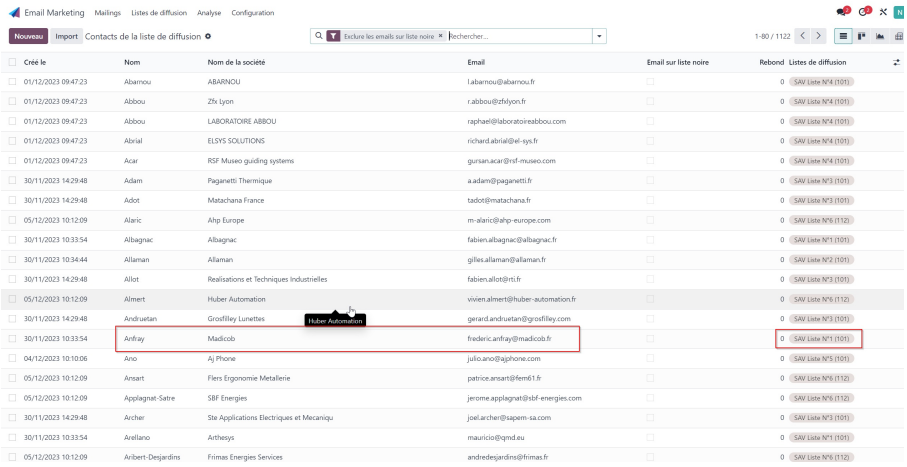


Créer une liste d’email

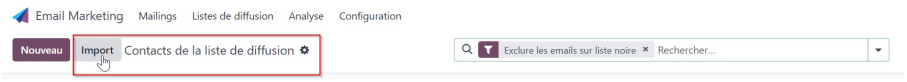


Je vous conseille de créer des listes par tranches de 100 contacts

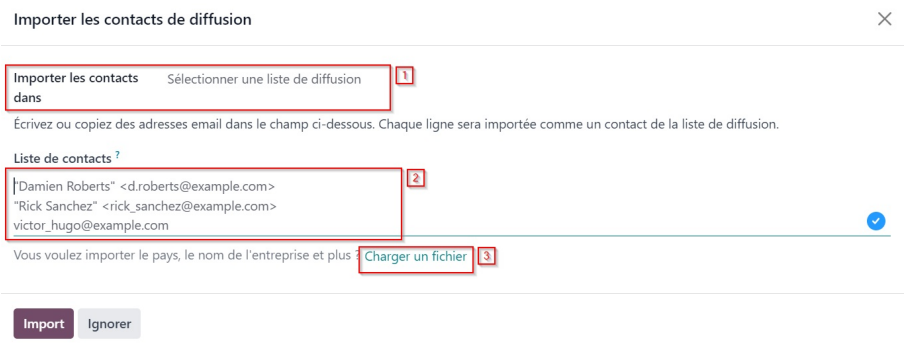
Une fois la liste créer il faut venir rattacher les contacts à votre liste



On va donc les importer



On peut directement dans l’écran suivant

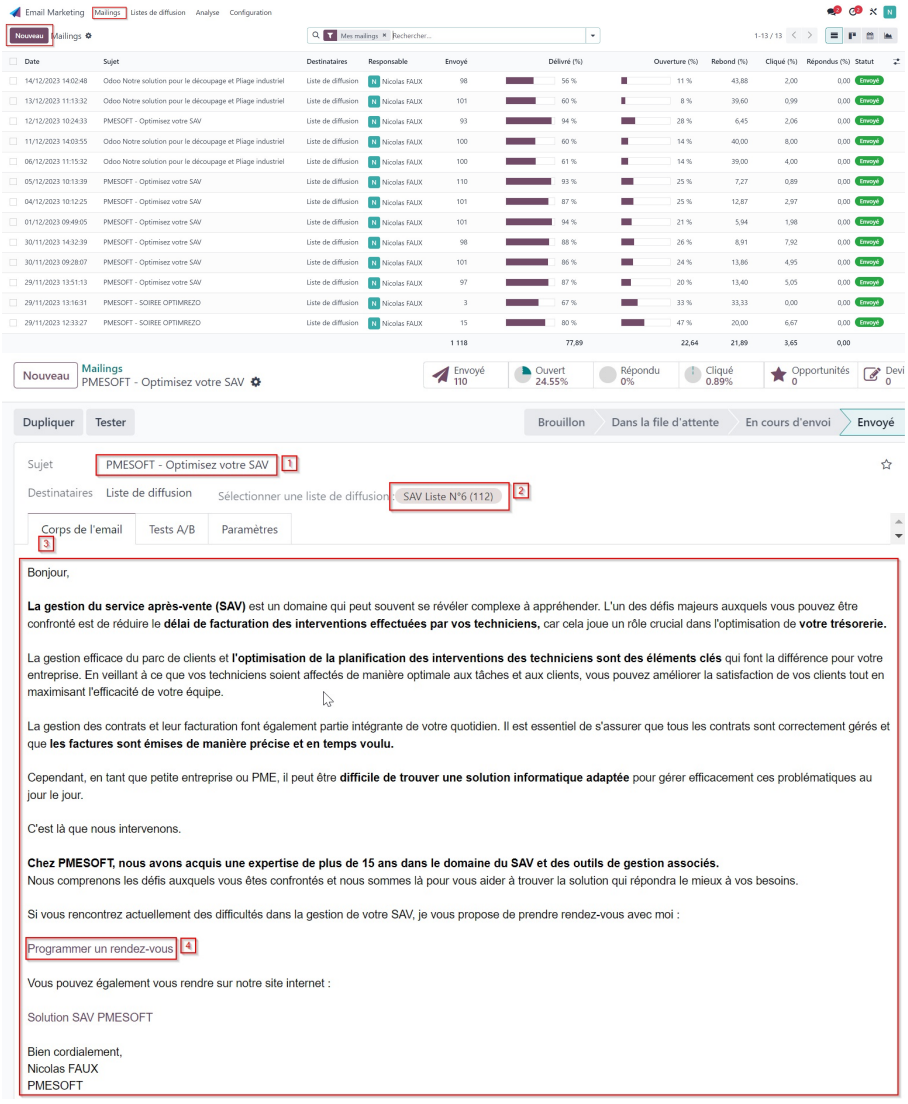


1 : Choisir la liste de diffusion

2 : Droper les adresses mails directement

3 : éventuellement passer par un fichier exceller

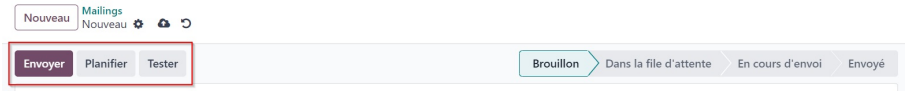
On va ensuite dans Mailing et on fait nouveau



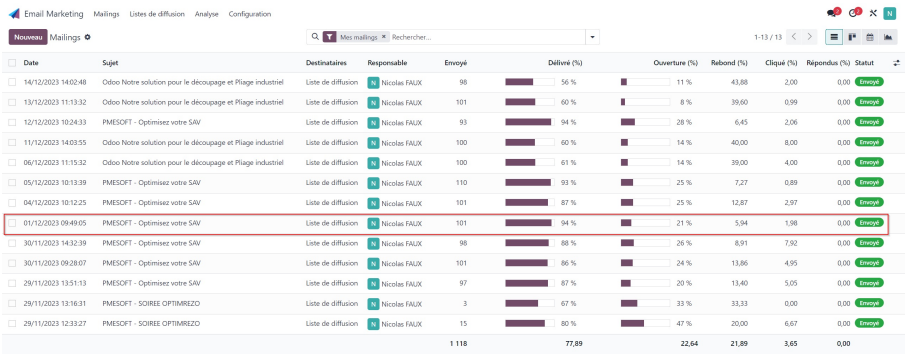
On va créer donc le mail , avec le sujet (1), la liste de diffusions (2) et le corps du mail (3)

On peut mettre des liens (4) ou des champs de fusion

Puis on va planifier l'envoi du mailing ou l'envoyer directement



On va ensuite pouvoir avoir la traçabilité de ce qui se passe autour de la campagne mailing



Date	Sujet	Destinataires	Responsable	Envoyé	Délivré (%)	Ouverture (%)	Rebond (%)	Cliqué (%)	Répondus (%)	Statut
14/12/2023 14:02:48	Odoo Notre solution pour le découpage et Pliage industriel	Liste de diffusion	Nicolas FAUX	98	56 %	11 %	43,88	2,00	0,00	Envoyé
13/12/2023 11:13:32	Odoo Notre solution pour le découpage et Pliage industriel	Liste de diffusion	Nicolas FAUX	101	60 %	8 %	39,60	0,99	0,00	Envoyé
12/12/2023 10:24:33	PMESOFT - Optimisez votre SAV	Liste de diffusion	Nicolas FAUX	93	94 %	28 %	6,45	2,06	0,00	Envoyé
11/12/2023 14:03:55	Odoo Notre solution pour le découpage et Pliage industriel	Liste de diffusion	Nicolas FAUX	100	60 %	14 %	40,00	8,00	0,00	Envoyé
06/12/2023 11:15:32	Odoo Notre solution pour le découpage et Pliage industriel	Liste de diffusion	Nicolas FAUX	100	61 %	14 %	39,00	4,00	0,00	Envoyé
05/12/2023 10:13:39	PMESOFT - Optimisez votre SAV	Liste de diffusion	Nicolas FAUX	110	93 %	25 %	7,27	0,89	0,00	Envoyé
04/12/2023 10:12:25	PMESOFT - Optimisez votre SAV	Liste de diffusion	Nicolas FAUX	101	87 %	25 %	12,87	2,97	0,00	Envoyé
01/12/2023 09:49:05	PMESOFT - Optimisez votre SAV	Liste de diffusion	Nicolas FAUX	101	94 %	21 %	5,94	1,98	0,00	Envoyé
30/11/2023 14:32:39	PMESOFT - Optimisez votre SAV	Liste de diffusion	Nicolas FAUX	98	88 %	26 %	8,91	7,92	0,00	Envoyé
30/11/2023 09:28:07	PMESOFT - Optimisez votre SAV	Liste de diffusion	Nicolas FAUX	101	86 %	24 %	13,86	4,95	0,00	Envoyé
29/11/2023 13:51:13	PMESOFT - Optimisez votre SAV	Liste de diffusion	Nicolas FAUX	97	87 %	20 %	13,40	5,05	0,00	Envoyé
29/11/2023 13:16:31	PMESOFT - SOIREE OPTIMREZO	Liste de diffusion	Nicolas FAUX	3	67 %	33 %	33,33	0,00	0,00	Envoyé
29/11/2023 12:33:27	PMESOFT - SOIREE OPTIMREZO	Liste de diffusion	Nicolas FAUX	15	80 %	47 %	20,00	6,67	0,00	Envoyé
				1 118	77,89	22,64	21,89	3,65	0,00	

Et voir les résultats de celle-ci.

Pour information un taux d'ouverture de 18% à 22% est un très bon taux.

Le Phoning

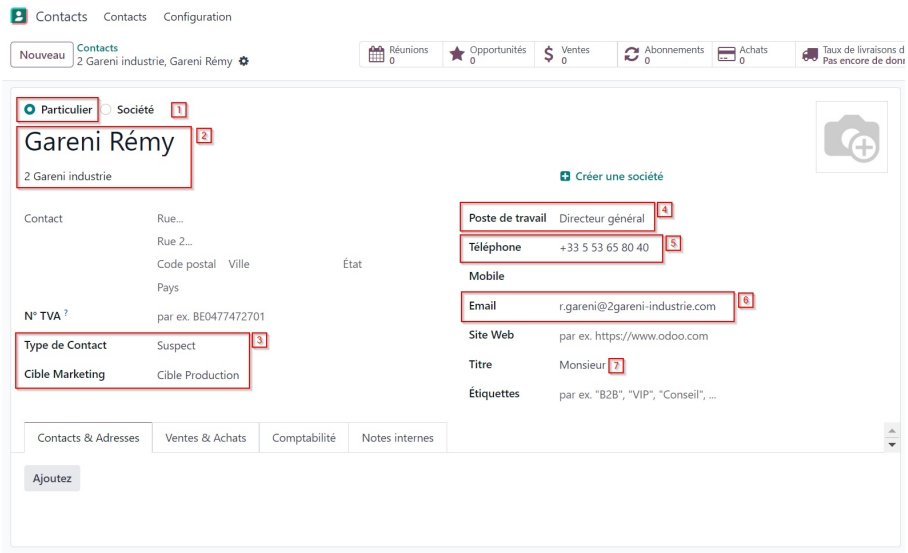
Je pensais pouvoir appuyer ma prospection et ma communication uniquement en travaillant sur de l'emailing pour obtenir les deals (ou leads) nécessaires pour mon activité.

C'est un leurre en tout cas sur mon activité, le volume des mails récupérés les achats de base de données représente un certains coûts. Le fait de n'avoir que 22% en moyenne d'ouverture fait que l'on exploite pas la données environ 80% alors qu'on l'a acheté.

Pour faire du phoning il va falloir utiliser la base contact d'Odoo

Dans ma base contact j'ai enrichi celle-ci avec des champs complémentaire me permettant des filtres

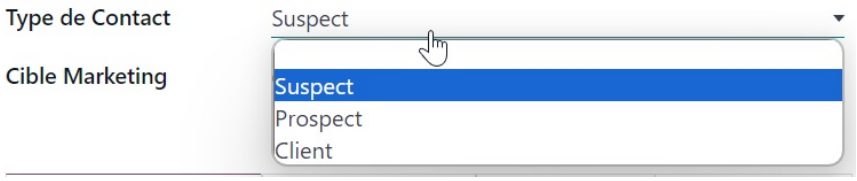
Exemple de fiche contact Odoo:



1 : Tout mes contacts de prospection sont intégré en temps que Particulier de manière à faciliter la création des prospects avec une seule fiche contact et pas deux celle de la société et du collaborateur.

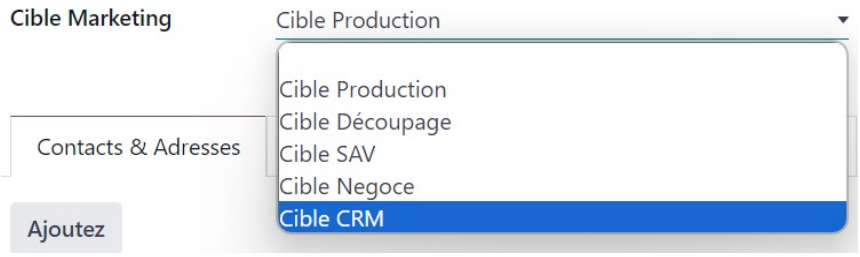
2 : on retrouve le Nom et le prénom du contact*

3: j'ai rajouté des champs pour isoler mes prospects avec qui je suis en démarche commercial car il y a une opportunité de mes suspect qui sont les gens que je vais appeler dans le cadre de ma prospection.



J'ai également rajouter la valeur client pour les prospects que j'ai signé

Dans ce bloc j'ai également rajouter un champ pour la cible marketing pour quel raison je l'appelle. Quelle offre, produit ou solution



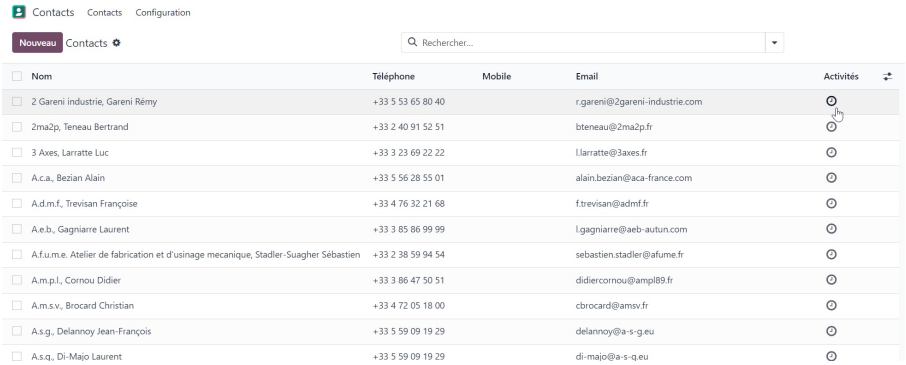
Ensuite comme dans l'e-mailing il va falloir intégrer les données par excel

Il faudra donc avoir un fichier beaucoup plus complet que pour la partie mailing

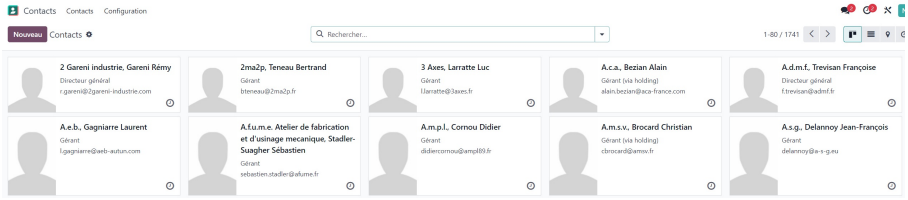
name	is_co	company_name	phone	email	Titre	Poste de travail	Type de Contact	Cible Marketing
Germani Tarquinio	0	Europropulsion Sa	+33 1 46 97 83 83	tarquinio.germani@europropulsion.fr	Monsieur	Responsable programme production	Suspect	Cible Production
Noirclerc Laurent	0	Bamesa France	+33 1 45 13 44 20	laurent.noirclerc@bamesa.com	Monsieur	Directeur général	Suspect	Cible Production
Yadini Laura	0	Bamesa France	+33 1 45 13 44 20	laura.yadini@bamesa.com	Madame	Responsable logistique	Suspect	Cible Production
Babler Pierre	0	Maf Agrobotic	+33 5 63 63 27 70	pierre.babler@maf-roda.com	Monsieur	Directeur de production	Suspect	Cible Production
Clark Craig	0	Ecobat Resources pont sainte maxence	+33 2 38 34 52 50	craig.clark@ecobat.com	Monsieur	Directeur général (via holding)	Suspect	Cible Production
Hammel Mickaël	0	Ayor Water and heating solutions	+33 5 53 02 69 70	mickael.hammel@ayor.fr	Monsieur	Directeur général (via holding)	Suspect	Cible Production
Hammel Mickaël	0	Hammel	+33 5 53 02 86 86	mickael.hammel@robinetterie-hamm	Monsieur	Directeur général (via holding)	Suspect	Cible Production
Doriath Thierry	0	Landis+gyr	+33 1 56 05 85 97	thierry.doriath@landisgyr.com	Monsieur	Directeur général	Suspect	Cible Production
Komorowski Fabrice	0	Landis+gyr	+33 1 56 05 85 97	fabrice.komorowski@landisgyr.com	Monsieur	Head of supply chain management	Suspect	Cible Production
Varay Philippe	0	Tg Griset	+33 3 44 66 34 00	pvaray@griset.com	Monsieur	Directeur général	Suspect	Cible Production
Nille Thierry	0	Wanzl	+33 3 90 57 81 69	thierry.nille@wanzl.com	Monsieur	Directeur général	Suspect	Cible Production
Tisseyre Jérôme	0	Al-Ko	+33 3 85 76 35 00	jerome.tisseyre@alko-tech.com	Monsieur	Responsable en logistique	Suspect	Cible Production
Brue Alexandre	0	Lear Corporation seating france feignies	+33 1 41 36 70 00	abrue@lear.com	Monsieur	Directeur général	Suspect	Cible Production

Avec par exemple dans mon cas les deux colonne avec les champs spécifiques que j'ai rajouté dans Odon.

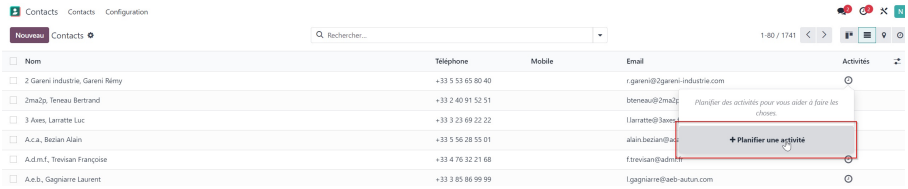
On va retrouver le listing de prospection dans deux modes d'affichage un mode liste que je préfère.



Ou un mode carte de visite



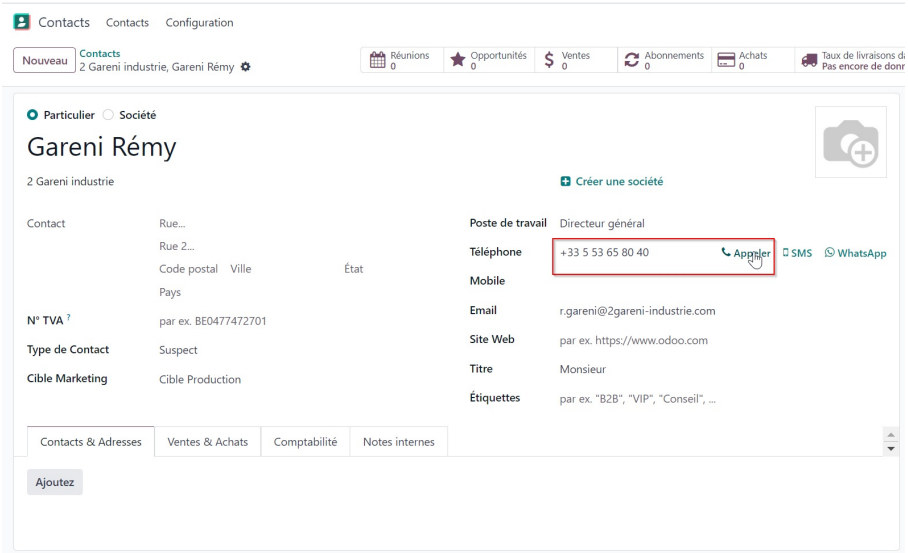
Dans le mode liste on va pouvoir enregistrer directement une activité d'appel



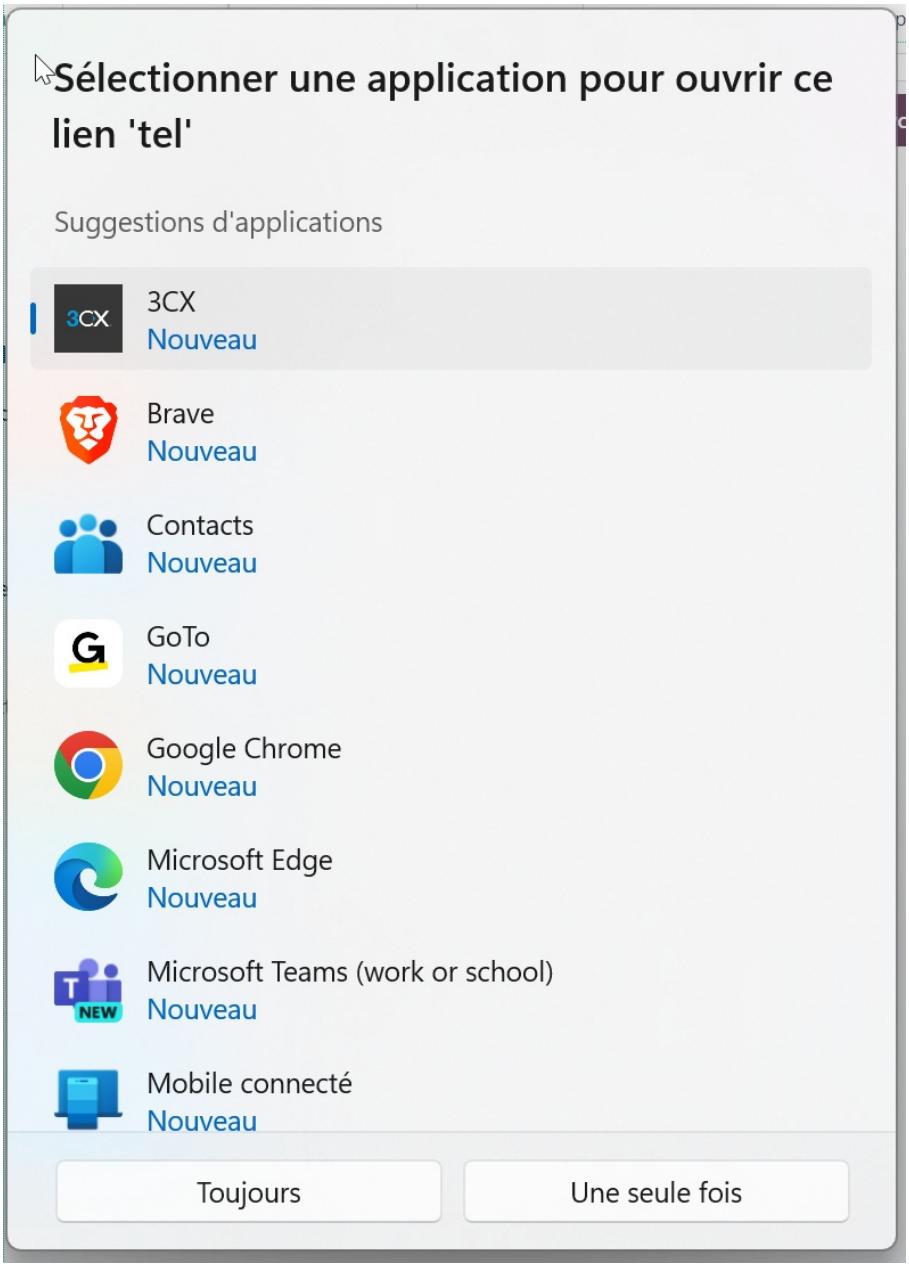
Et donc saisir soit le compte rendu de l'appel, soit une tâche d'appel à faire

Dans la tâche on va avoir :
1 : Le type d'activité
2 : Le résumé
3 : La zone de prise de note
4 : Les boutons d'action pour définir si c'est une tâche à faire ou un compte rendu.

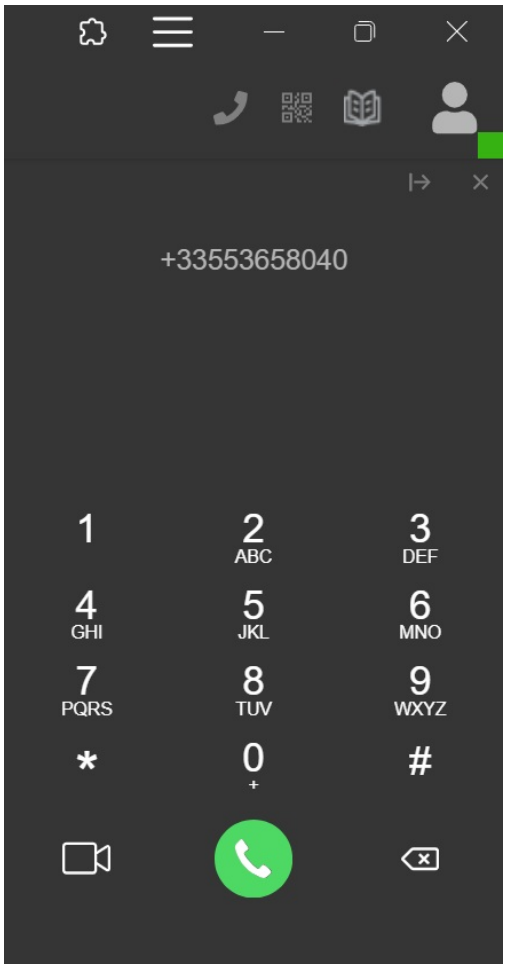
On va pourvoir également en entrant dans la fiche contact faire du clics to call en ayant installer une solution de téléphonie



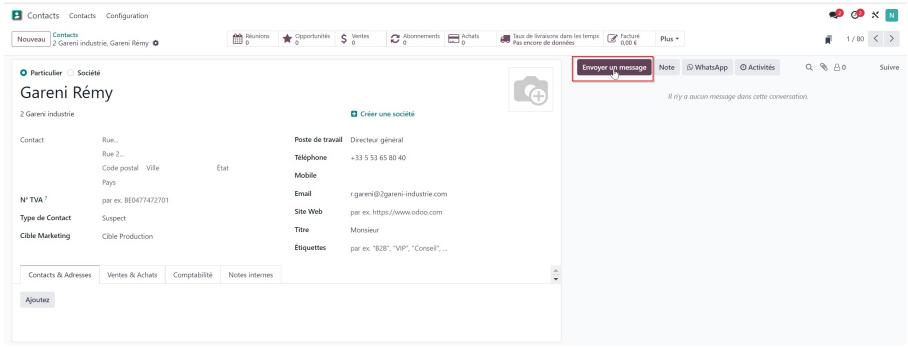
Dans mon cas W3C



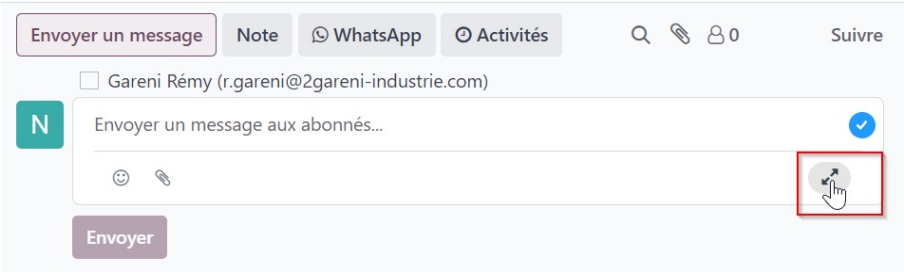
Du coup une fois la mise en œuvre on peut appeler directement



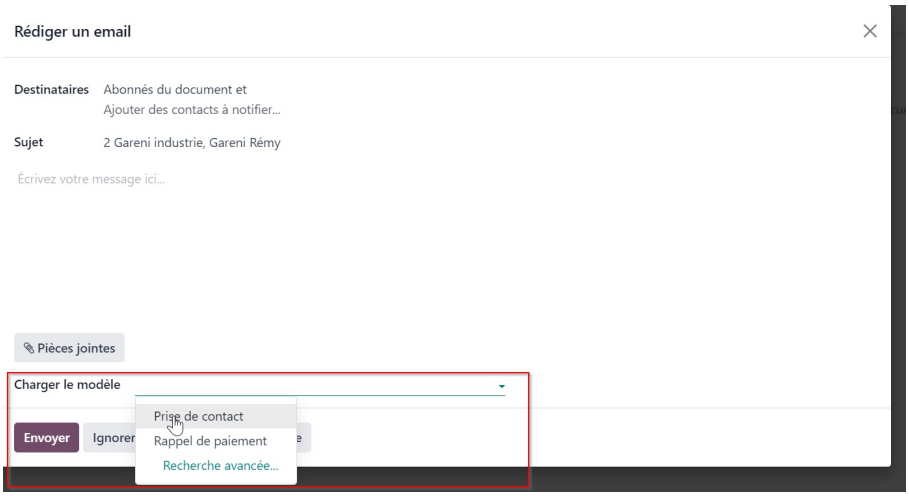
Directement si le contact le souhaite ou si le standard le demande on peut envoyer un mail directement

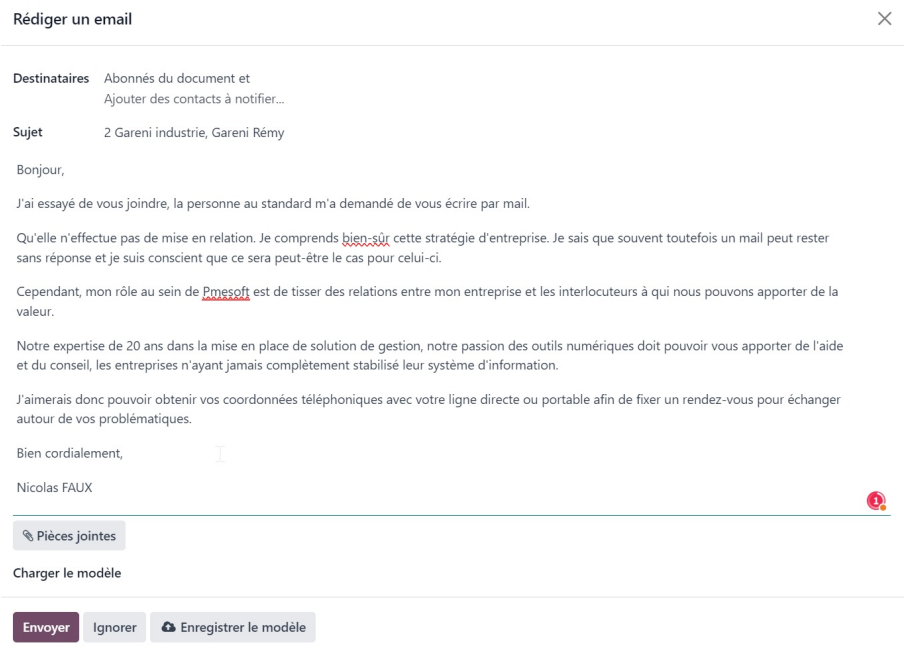


Passez dans le mode gestion avancée



On charge ensuite le modèle de mail souhaité





Et on envoie.

Partie 5. L’opportunité et son cycle au travers de l’ERP ODOO

Vous avez découvert une opportunité
La gestion des événements

La gestion de l’opportunité

Les opportunités

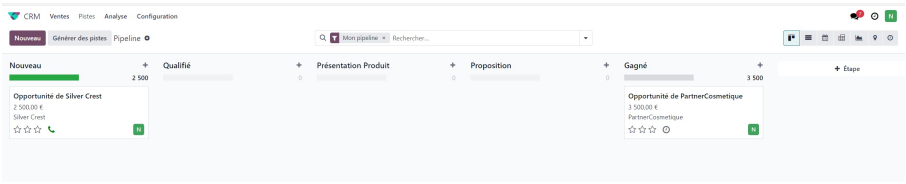
Vous avez trouvé vos premières opportunités

Il va donc falloir les suivre et les amener jusqu’à la transformation et transformer ces opportunités en commandes

-On va donc rattacher cette opportunité à un prospect.

Il s’agit d’une opération importante en effet on a vu que l’on avait tout un ensemble de prospect que l’on gérait

On va donc pouvoir gérer un pipe d’opportunité



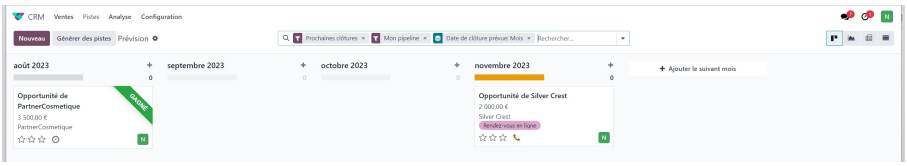
Ce pipe détermine les étapes importantes de votre démarche commerciale on n’a pu le constater dans le cadre de la CRM vu dans les chapitres précédents.

Toutefois dans ce chapitre nous allons le découvrir à nouveau au travers de l’ERP ODOO.

Le but étant d’aller aussi sur le terrain du devis pour élaborer son offre commerciale.

Donc dans ce pipe on va pouvoir faire bouger notre opportunité trouvée jusqu’à son terme qui sera gagnée ou perdu.

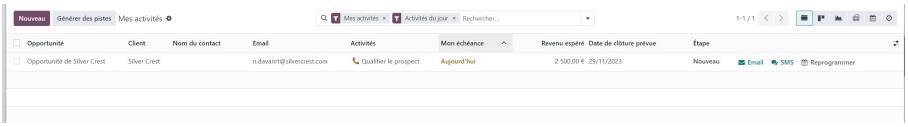
Le prévisionnel



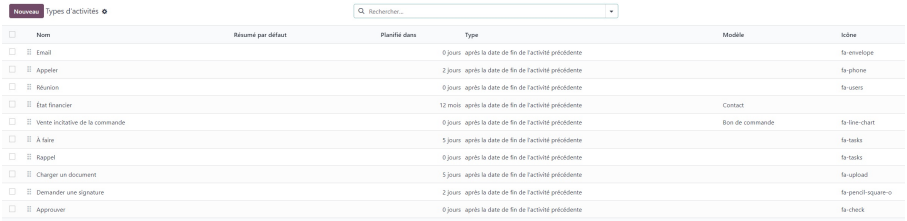
L’objectif est de pouvoir à date consolidé les potentiels signales par mois et sur l’année.

Les activités

La gestion des tâches



Une fois l'opportunité détecté il va vous falloir la suivre correctement jusqu'à la signature.
Pour cela vous allez pouvoir gérer et suivre les taches commerciale dans votre outil de CRM.
Ces tâches sont paramétrables et permettent de suivre le dossier jusqu'à sa conclusion.



On peut ainsi paramétrer au plus juste les événements et avoir la traçabilité de nos actions.

Partie 6. La gestion du métier au sein de l’ERP

- La création du devis
- La gestion des articles
- La saisie du devis

La création du devis dans l’ERP

Vous avez trouvé vos premières opportunités et le projet est dans votre cible, il va falloir créer votre proposition commerciale

La gestion des articles

Pour élaborer votre proposition il va falloir utiliser une base article afin de faire un chiffrage pour le projet de votre prospect.

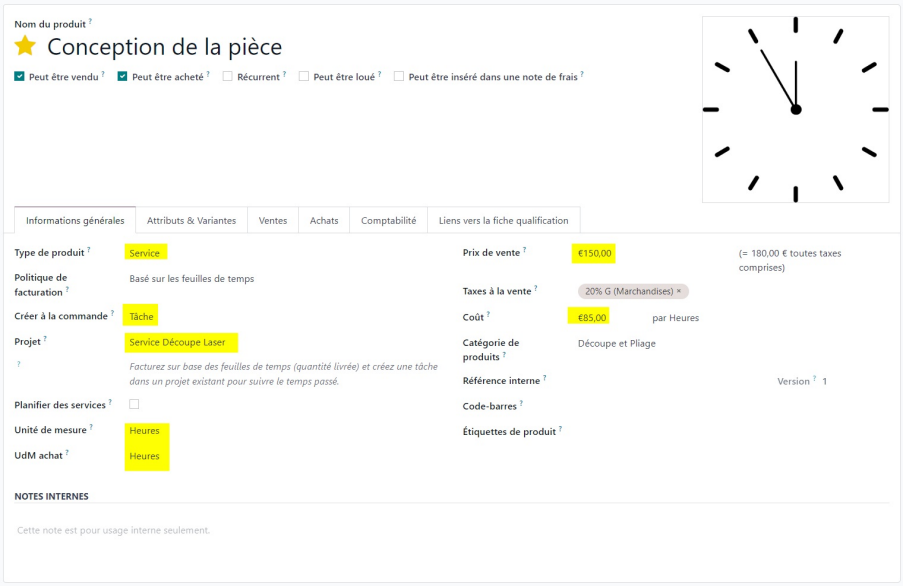
Cette gestion des articles peut-être de type services avec uniquement des prestations pour des sociétés d’architectes, de bureaux d’études.

Cela peut-être des produits de négoce pour des sociétés qui importent achète pour revendre.

Cela peut-être des produits manufacturés ou fabriqués.

Et bien-sur dans le devis on peut faire un mixte des trois

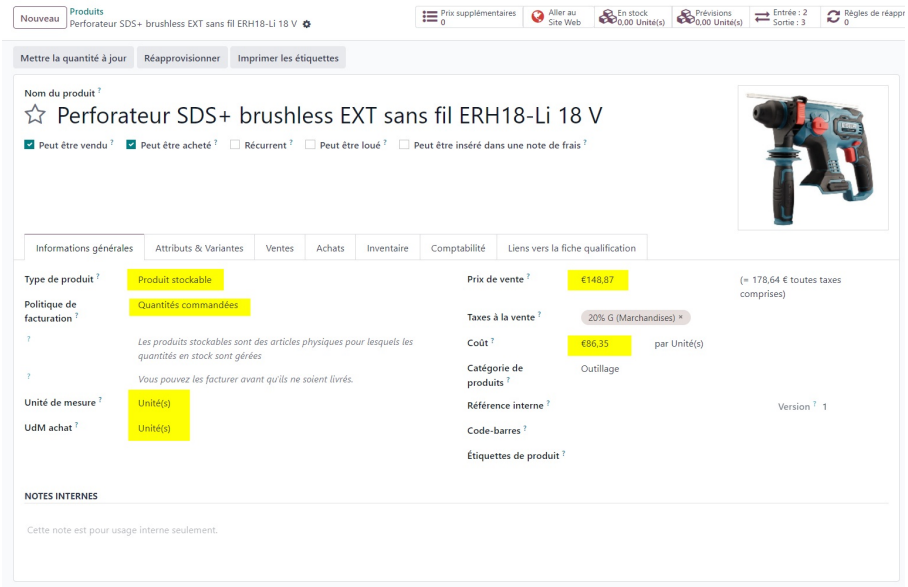
Exemple d’un article de type service et de son paramétrage :



On ne gère pas de stock c’est de la prestation. On va lorsque le client va commander créer automatiquement la tâche associée dans le projet.

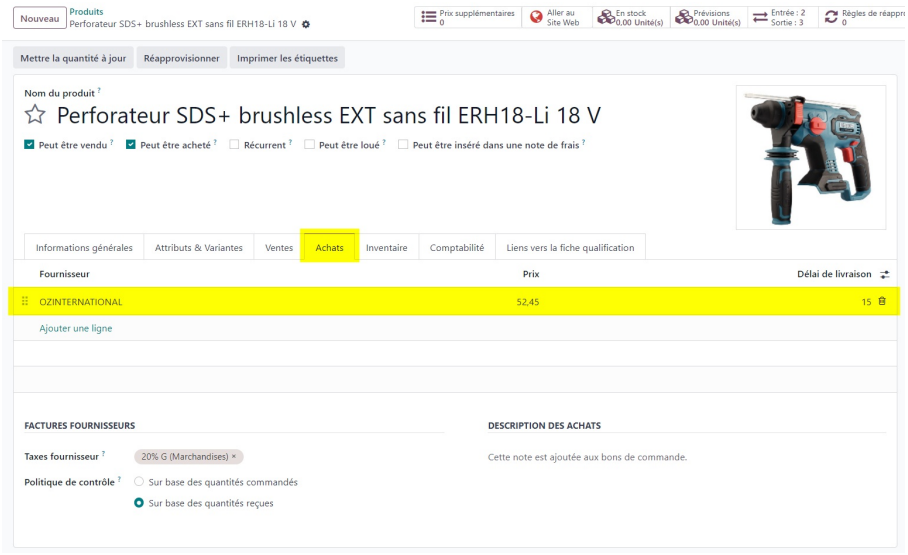
On est en heure ou en jour.
On a un prix de vente et un coût.
Il s'agit de paramètres généraux.

Exemple d'un article de type négoce et de son paramétrage :



Cette article a une gestion des stocks, il est un produit que l'on suit au niveau d'un dépôt.
Il a une politique de facturation ou on va facturer suivant plusieurs mode de gestion possible.
Il est gérer avec des unités dans l'exemple à la pièce.
Il a lui aussi un prix de vente et un prix d'achat.

On va avoir également un paramètre pour automatiser les approvisionnements et commandes d'achats



C’est à dire chez quelle fournisseur on achète et à quelle prix.

Exemple d’un article de type fabriqué et son paramétrage :

Pour un produit fabriqué on va avoir une nomenclature et une gamme pour établir sa fabrication avec les composants nécessaire et sa production

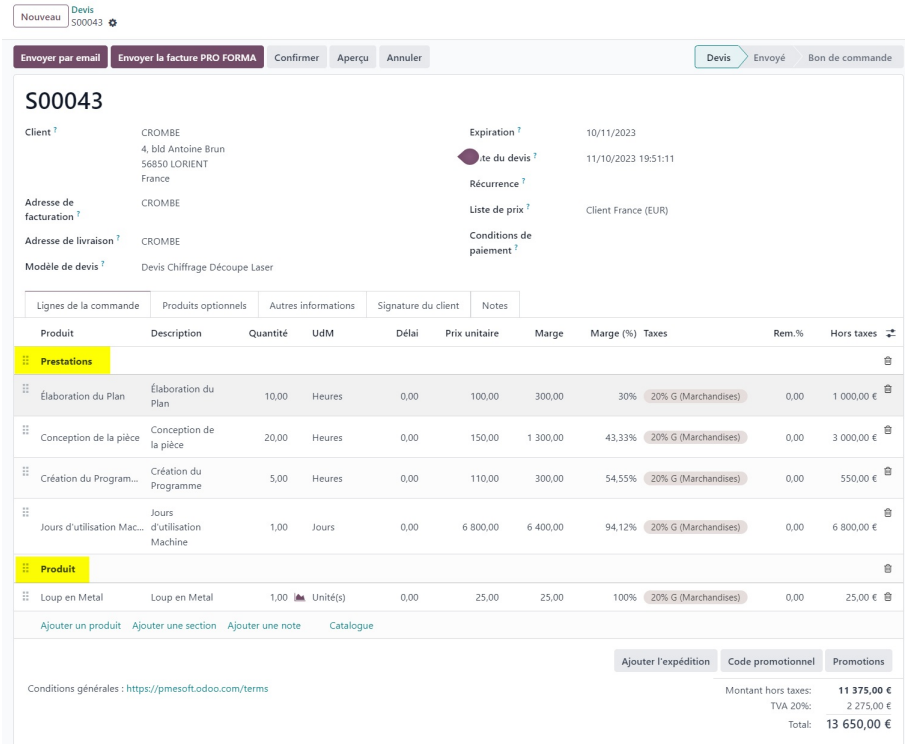
Moto

Produit	Quantité		Prêt à produire	Virtuellement disponible / En stock	Disponibilité	Délai	Route
Moto	1,00	Unité(s)	0	0,00 / 0,00	Estimé 28/11/2023	20 Jours	Fabriquer: Moto
Carénage	1,00	Unité(s)	0	0,00 / 0,00	Estimé 29/10/2023		
Bulle	1,00	Unité(s)		0,00 / 0,00	Estimé 27/10/2023	8 Jours	Acheter: OZINTERNATIONAL
Garde Boue Avant	1,00	Unité(s)		0,00 / 0,00	Estimé 29/10/2023	10 Jours	Acheter: OZINTERNATIONAL
Carénage Droit	1,00	Unité(s)		0,00 / 0,00	Estimé 29/10/2023	10 Jours	Acheter: OZINTERNATIONAL
Carénage Gauche	1,00	Unité(s)		0,00 / 0,00	Estimé 29/10/2023	10 Jours	Acheter: OZINTERNATIONAL
Reservoir	1,00	Unité(s)		0,00 / 0,00	Estimé 29/10/2023	10 Jours	Acheter: OZINTERNATIONAL
Selle	1,00	Unité(s)		0,00 / 0,00	Estimé 27/10/2023	8 Jours	Acheter: OZINTERNATIONAL
Garde Boue Arrière	1,00	Unité(s)		0,00 / 0,00	Estimé 29/10/2023	10 Jours	Acheter: OZINTERNATIONAL
Chassis	1,00	Unité(s)	0	0,00 / 0,00	Estimé 03/11/2023		
Cadre	1,00	Unité(s)		0,00 / 0,00	Estimé 03/11/2023	15 Jours	Acheter: OZINTERNATIONAL
Fourche	1,00	Unité(s)		20,00 / 20,00	Disponible	1 Jours	Acheter: OZINTERNATIONAL
Roue avant	1,00	Unité(s)	0	0,00 / 0,00	Estimé 03/11/2023		
Frein à disque	1,00	Unité(s)	0	0,00 / 0,00	Estimé 24/10/2023		
Jante	1,00	Unité(s)		0,00 / 0,00	Estimé 24/10/2023	5 Jours	Acheter: OZINTERNATIONAL
Pneu	1,00	Unité(s)		0,00 / 0,00	Estimé 03/11/2023	15 Jours	Acheter: OZINTERNATIONAL
Bras Oscilant	1,00	Unité(s)		0,00 / 0,00	Estimé 29/10/2023	10 Jours	Acheter: OZINTERNATIONAL
Amortisseur Arrière	1,00	Unité(s)		20,00 / 20,00	Disponible	3 Jours	Acheter: OZINTERNATIONAL

La création du devis dans l’ERP

La saisie du devis

Pour élaborer votre devis il va falloir sélectionner les articles, que l’on souhaite valoriser pour le client.

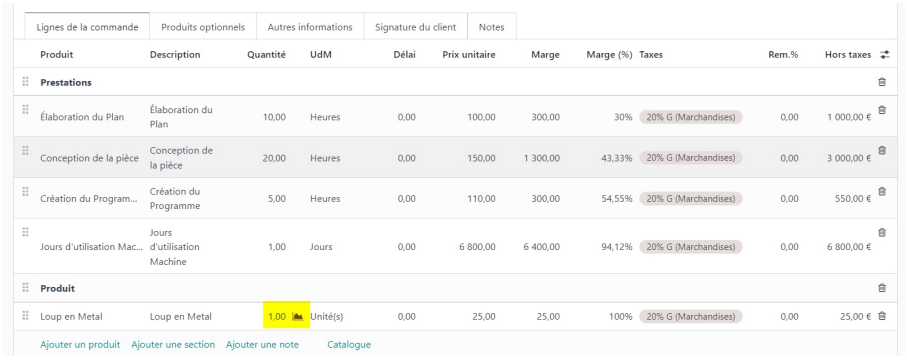


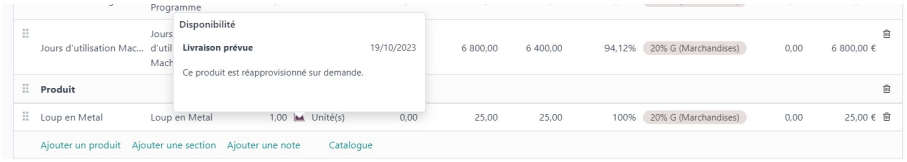
On va pouvoir créer des sections pour avoir des regroupements d’articles de même nature ou pour présenter au client une vision par lot pour un chantier par exemple.
Cette notion de section est libre dans la conception du devis.

Les conditions tarifaires des produits viennent automatiquement des règles de prix du client.

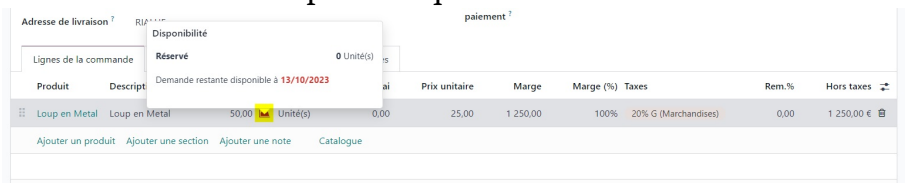
Exemple 5% de remise pour tous les clients premium

On peut voir dans les lignes du devis pour les produits de négoce et ou les produits fabriqués si celui-ci est sur stock ou uniquement sur commande

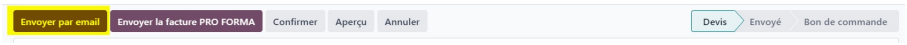




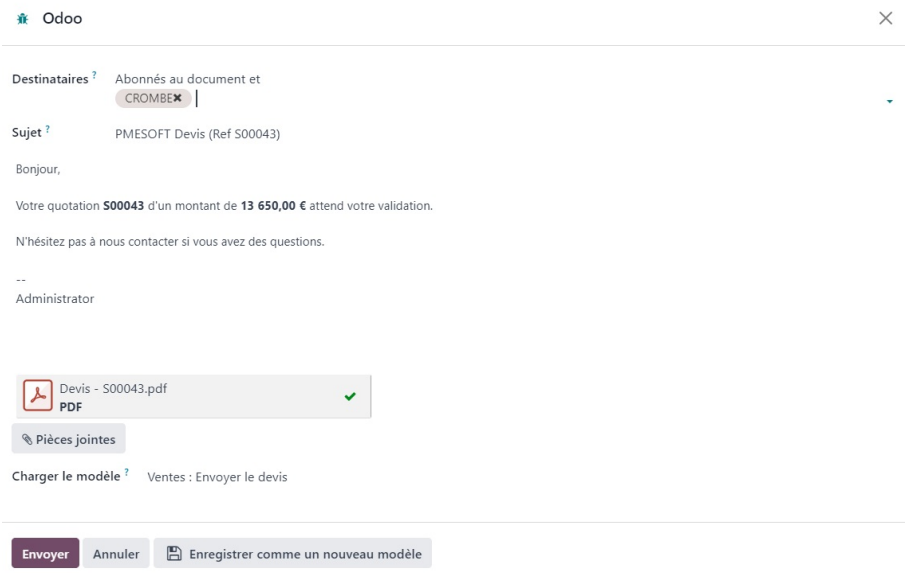
Contrairement à un produit qui serait sur stock.



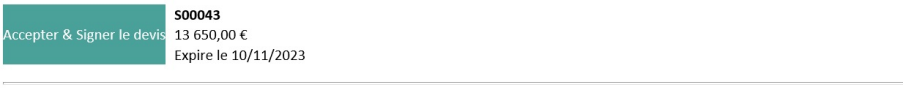
On peut ensuite envoyer le document par mail avec la barre des boutons



Odon génère un mail directement



Le client reçois le mail



Bonjour,

Votre quotation **S00043** d'un montant de **13 650,00 €** attend votre validation.

N'hésitez pas à nous contacter si vous avez des questions.

--
Administrator

Avec un PDF joint
Qui est l'offre

You Business

PMESOFT
11 Rue des Chenes
78110 Le Vesinet
France

CROMBE
4, bld Antoine Brun
56850 LORIENT
France

Devis # S00043

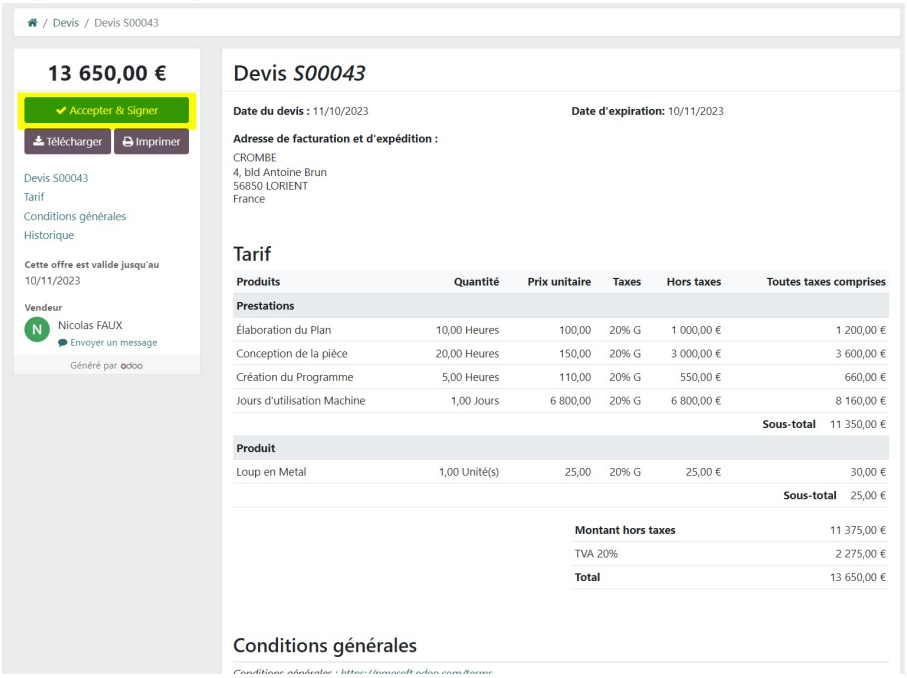
Date du devis :	Echéance :	Vendeur :
11/10/2023	10/11/2023	Nicolas FAUX

Description	Quantité	Prix unitaire	Taxes	Hors taxes	Toutes taxes comprises
Prestations					
Élaboration du Plan	10,00 Heures	100,00	20% G	1 000,00 €	1 200,00 €
Conception de la pièce	20,00 Heures	150,00	20% G	3 000,00 €	3 600,00 €
Création du Programme	5,00 Heures	110,00	20% G	550,00 €	660,00 €
Jours d'utilisation Machine	1,00 Jours	6 800,00	20% G	6 800,00 €	8 160,00 €
					Sous-total 11 350,00 €
Produit					
Loup en Metal	1,00 Unité(s)	25,00	20% G	25,00 €	30,00 €
					Sous-total 25,00 €

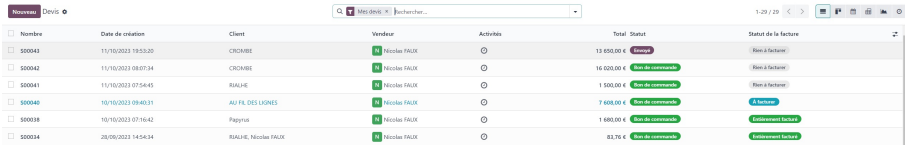
Montant hors taxes	11 375,00 €
TVA 20%	2 275,00 €
Total	13 650,00 €

Il peut également aller voir l'offre sur le site Web Odon

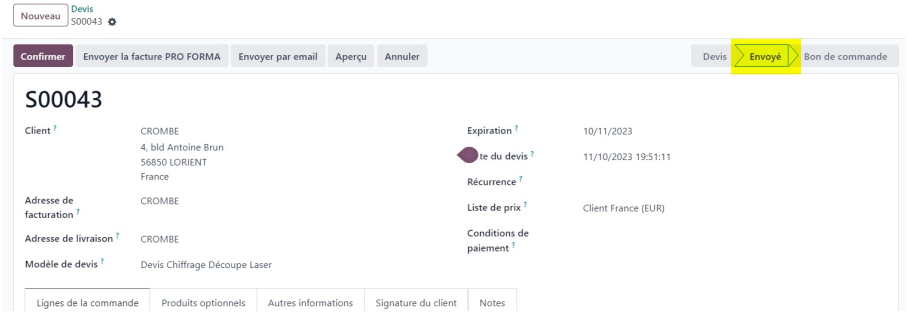
Il peut l'accepter sur le site Web et le signer



Le devis a le statut envoyé



Et sur sa barre d’avancement également



Partie 7. La partie site Web Vitrine et E-commerce

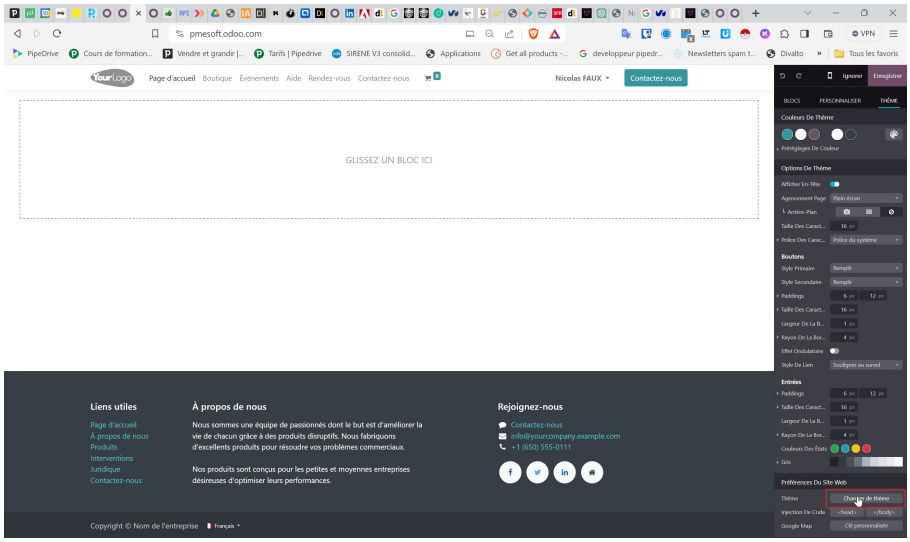
La partie institutionnelle

Le Site Web jusqu’au E-commerce

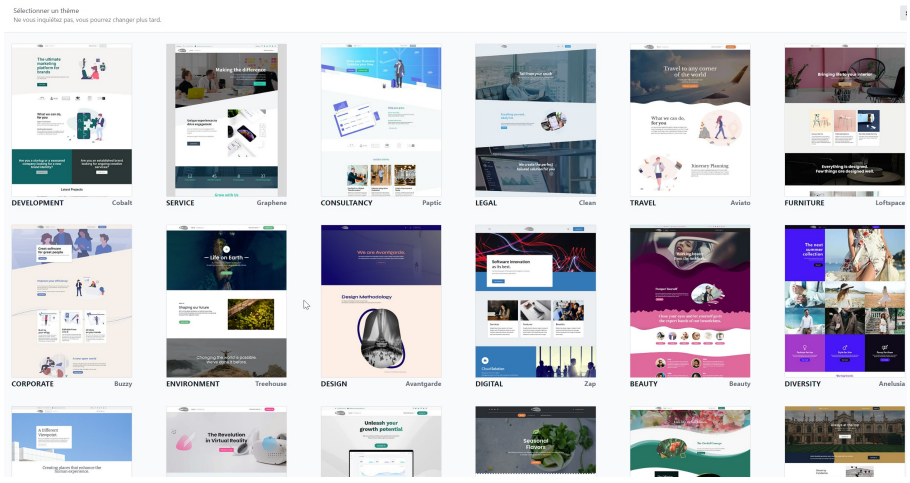
Vous êtes reconnus dans votre secteur d’activité vous souhaitez à la fois avoir un site vitrine mais également une partie boutique. Odoo est également une solution intégrée sur la partie WEB.

La Partie institutionnelle du site

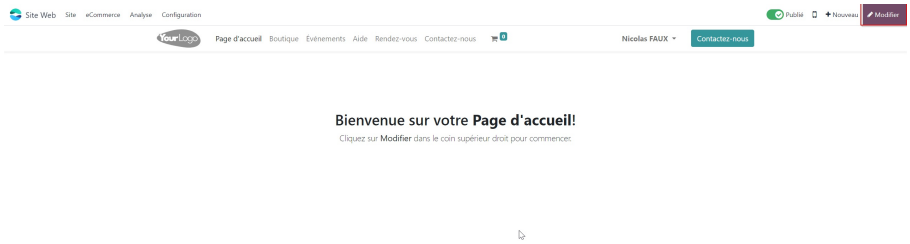
Vous allez choisir un site en partant d’un choix de template



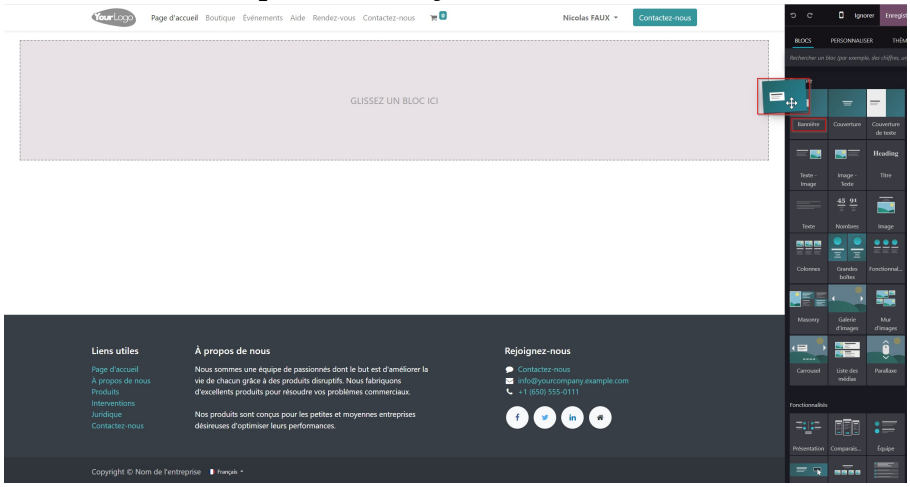
On peut choisir parmi toute une bibliothèque de thème par métier.



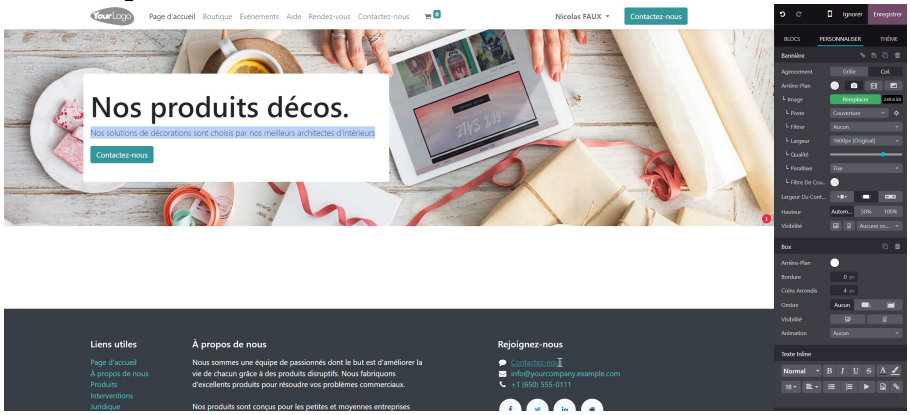
Ensuite on va pouvoir construire la page d’accueil avec le bouton modifier



On vient ensuite prendre l'objet bannière

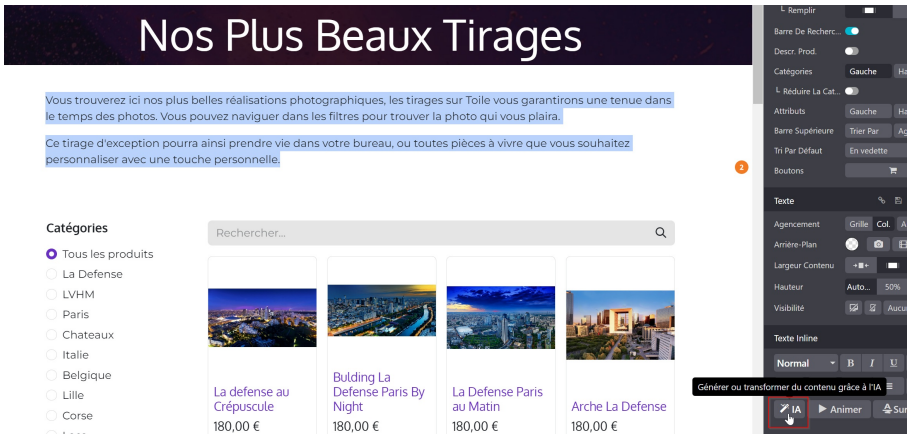


Et on le dépose par drag & drop dans la page
Et on tape le texte

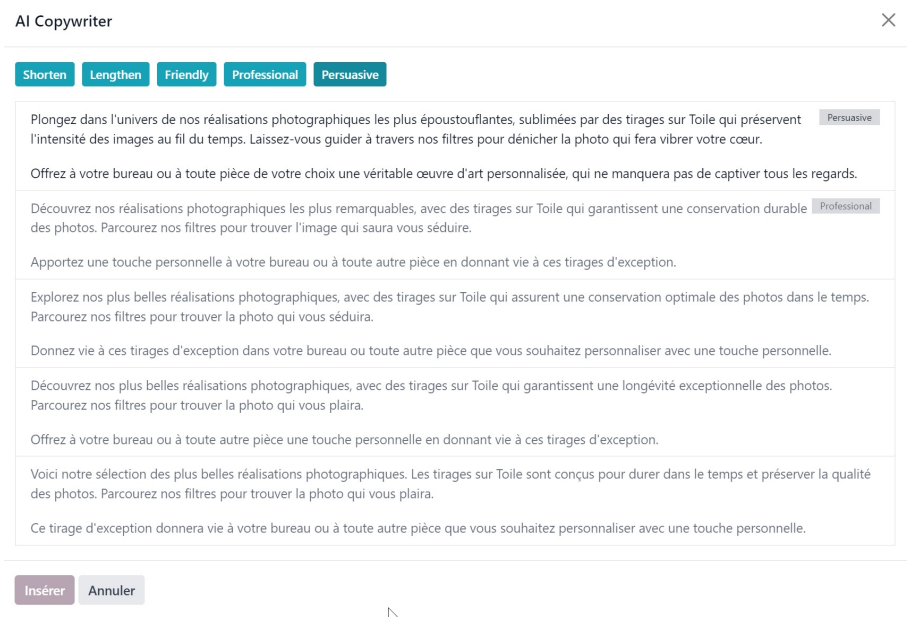


Dans la rédaction du texte vous pouvez faire appel à l'AI (intelligence artificielle) pour vous aider à rédiger.

Vous saisissez le texte à la volée dans le site et votre paragraphe et avec le Bouton AI Odon va vous proposez plusieurs paragraphes.

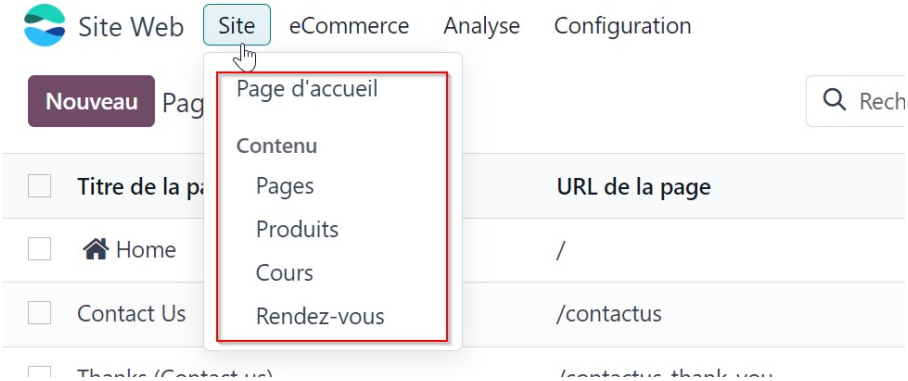


L'application va vous proposez plusieurs paragraphes



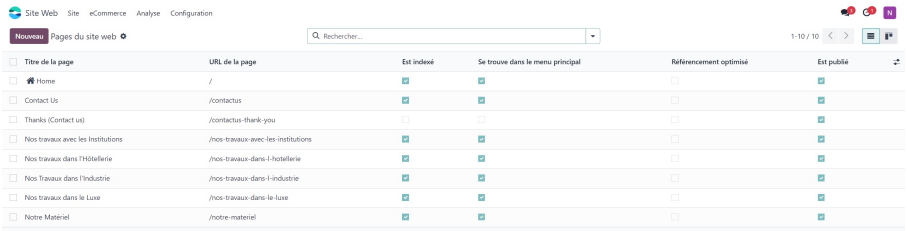
Le texte sera automatiquement remplacé

La construction des pages



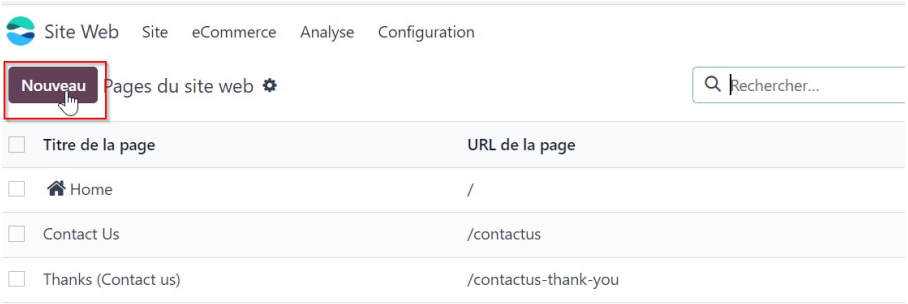
Nous avons vu la construction de la page d'accueil avec quelques blocs.
Vous pourrez au sein de votre site gérer les pages avec tous les pages du site
Les produits qui seront ceux de l'ERP que vous allez publier sur le site.
Et les cours et rendez-vous.

La création des pages



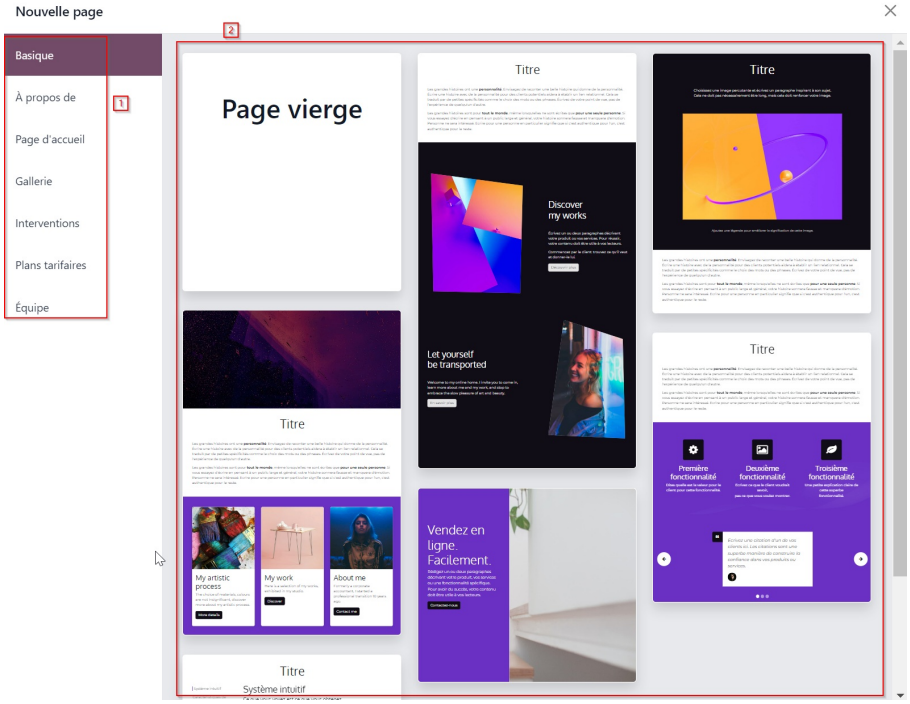
Dans le menu pages vous pouvez créer les pages que vous souhaitez avoir dans votre site.
Chaque page sera indexée ou non présente dans le menu ou non.

En créant une page nouvelle

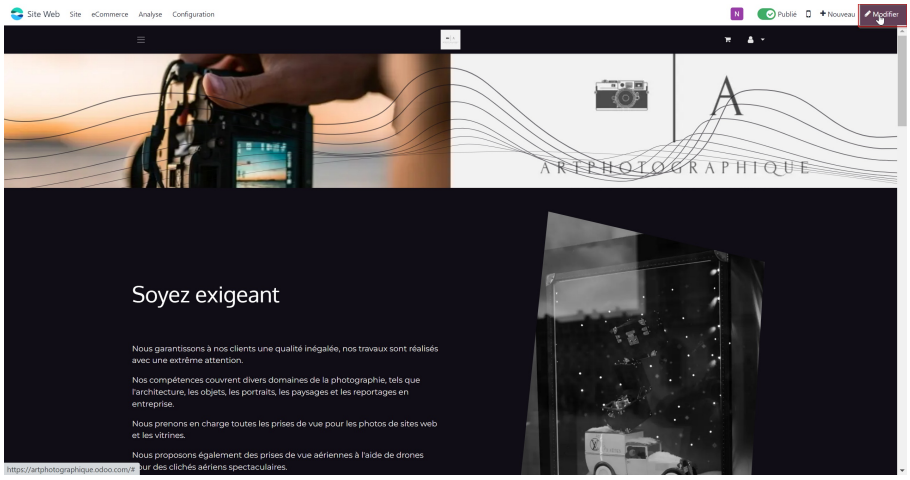


On a d'abord choisir

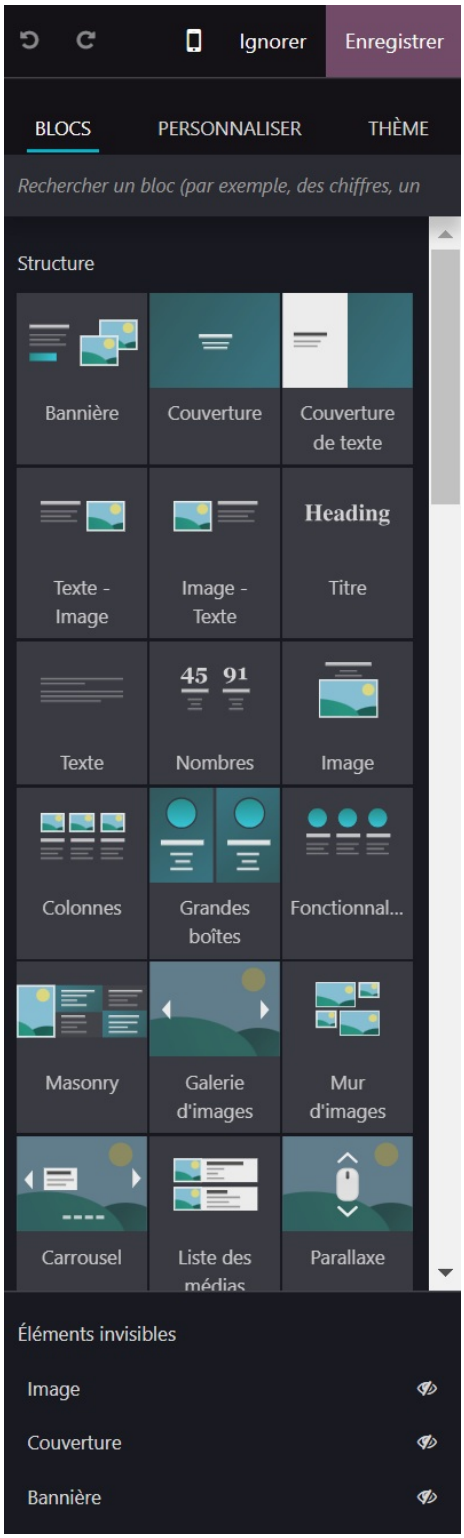
1: la thématique de la page
2: du coup le modèle de la page qui nous intéresse respectant le thème choisi en amont



Ensuite dans la page avec le bouton modifier on va pouvoir la changer, changer les blocs ou créer des nouveaux.

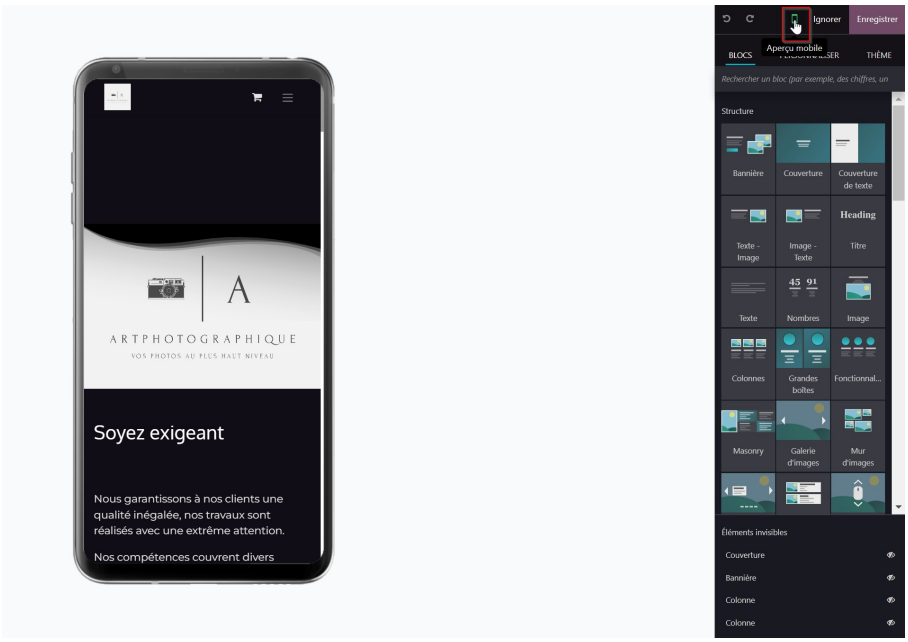


On a donc le menu avec tous les blocs



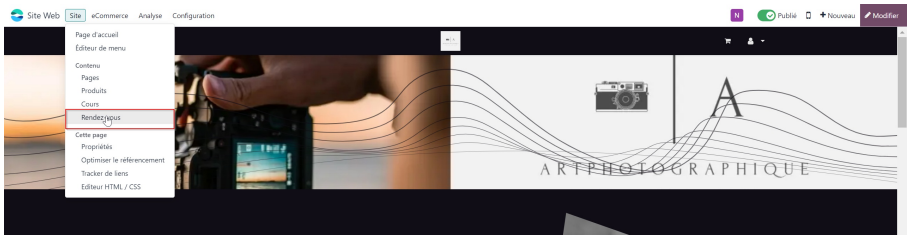
Certains blocs peuvent être visible que sur desktop d'autre que sur mobile.

Du coup on peut voir la version mobile du site

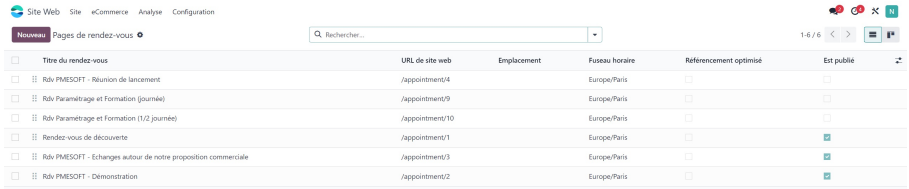


Important plus de 50% de la navigation web se fait dorénavant sur Mobile.

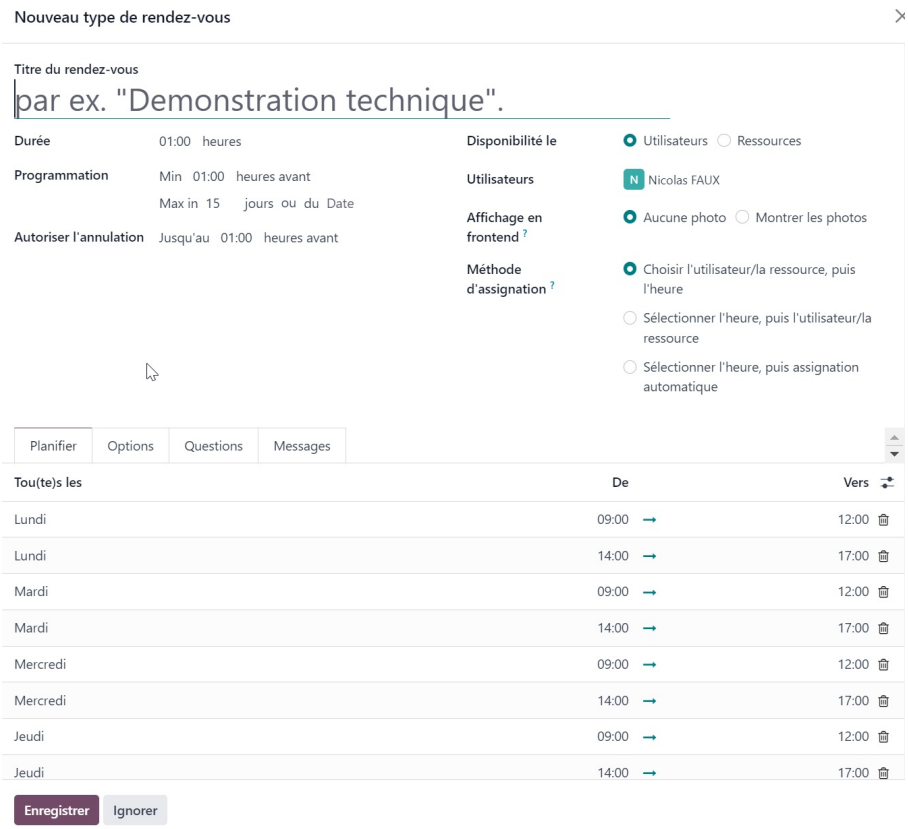
La création de prise de rendez-vous automatisés



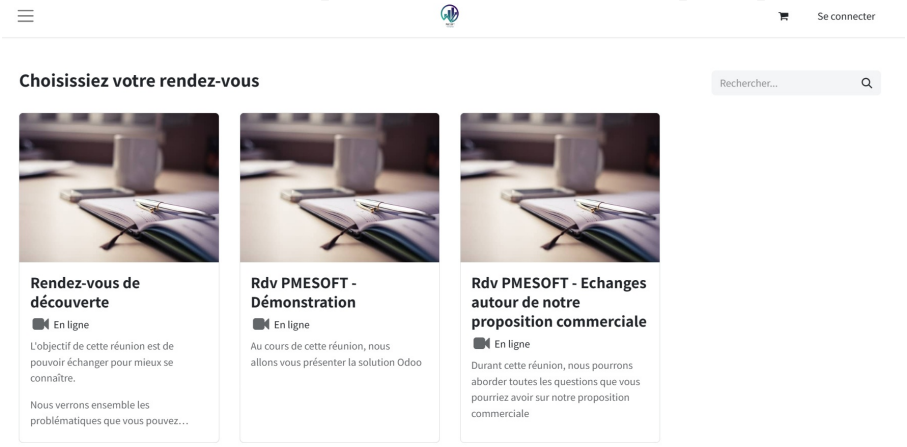
On peut créer des rendez-vous



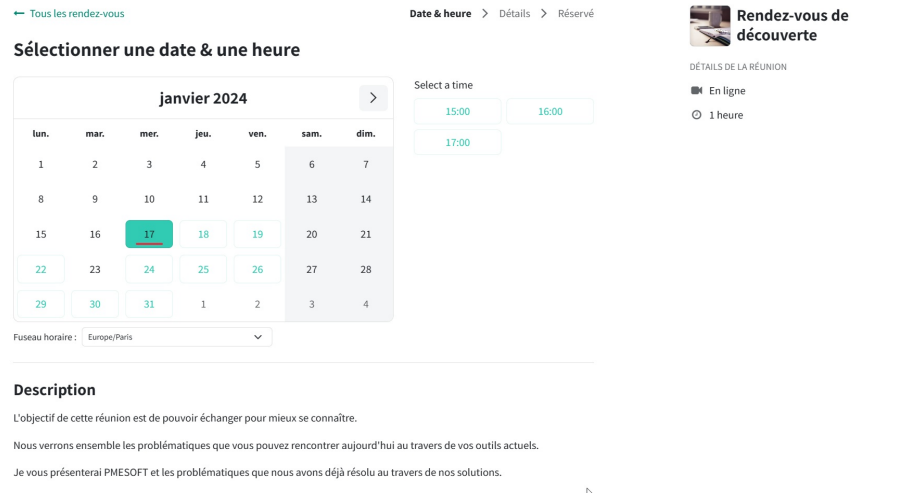
Ces rendez-vous vont avoir des plages horaires autorisées



Et ensuite ils sont disponibles sur le site web pour prendre rendez-vous

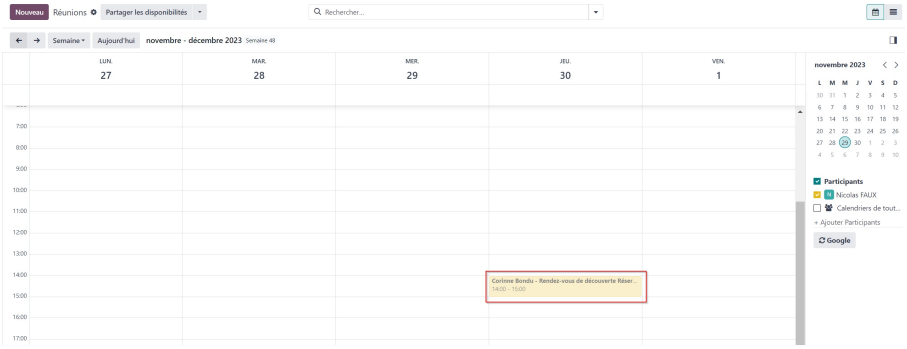


L’interlocuteur choisis le rendez-vous souhaité



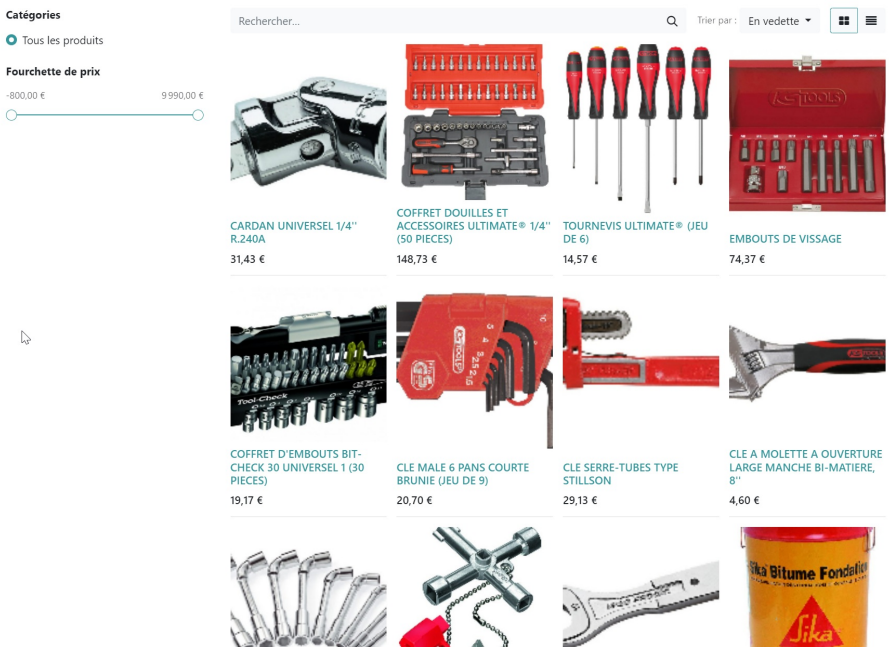
Il choisit le jour et le créneau horaire

Le rendez-vous arrive automatiquement dans l'agenda



La partie boutique ou e-commerce

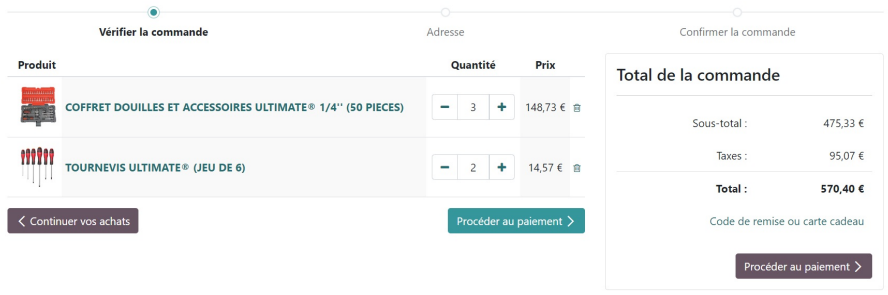
On va pouvoir également gérer la prise de commande sur le Web



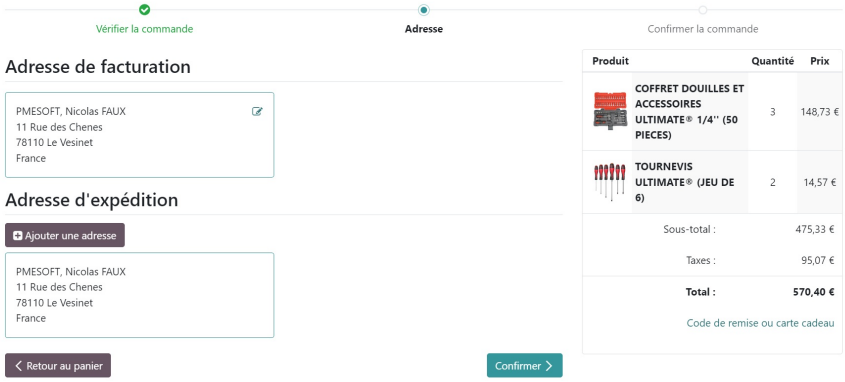
Avec les articles visibles sur le site

Le client peut saisir son panier et les quantités des produits qui l'intéresse

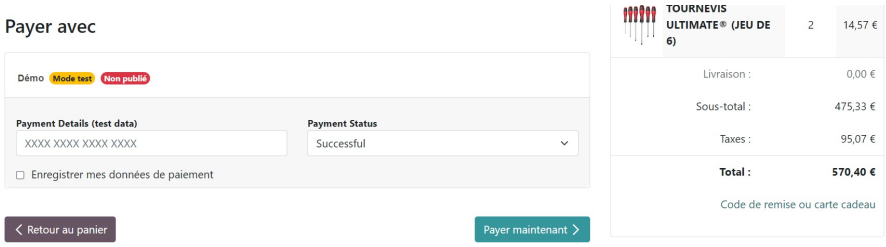
On retrouve le panier et on peut procéder à la commande



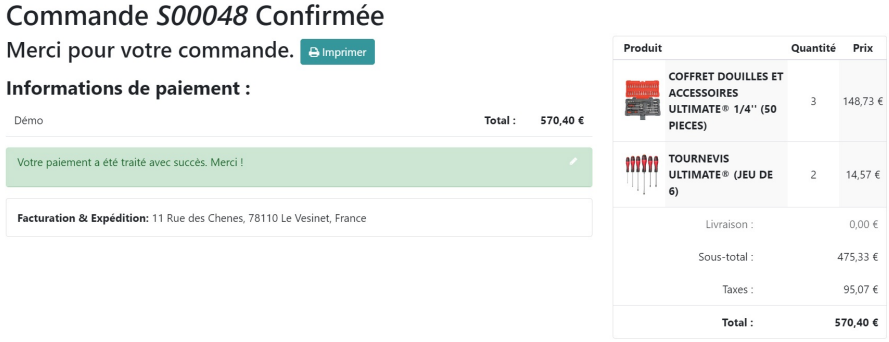
On confirme la commande

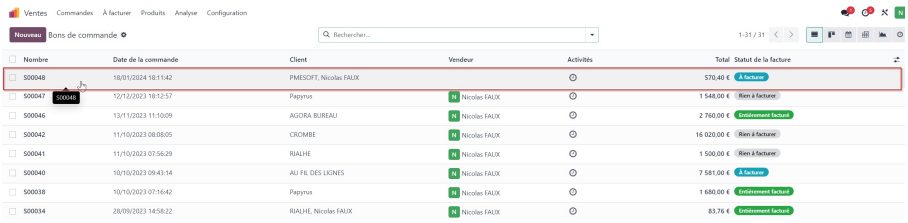


La commande doit-être payée

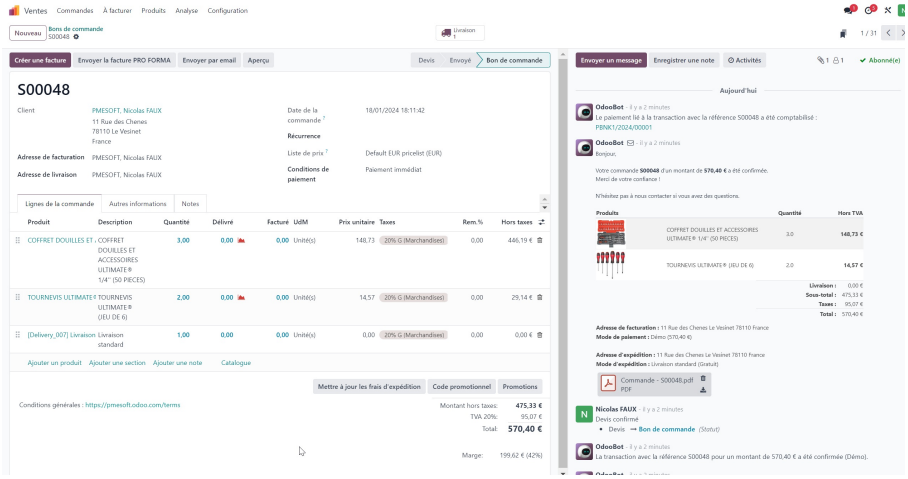


On a une confirmation de commande et la commande est dans l'ERP





On peut accéder au détail de la commande


Ventes
Commandes
À facturer
Produits
Analyse
Configuration
Nouveau
Bons de commande
S00048
Livraison
1
1 / 31
Créer une facture
Envoyer la facture PRO FORMA
Envoyer par email
Aperçu
Devis
Envoyé
Bon de commande
S00048
Client
PMESOFT, Nicolas FAUX
11 Rue des Chenes
78110 Le Vesinet
France
Adresse de facturation
PMESOFT, Nicolas FAUX
Adresse de livraison
PMESOFT, Nicolas FAUX
Date de la commande
18/01/2024 18:11:42
Récurrence
Liste de prix
Default EUR pricelist (EUR)
Conditions de paiement
Paiement immédiat
Lignes de la commande
Autres informations
Notes
Produit
Description
Quantité
Délivré
Facturé
UdM
Prix unitaire
Taxes
Rem.%
Hors taxes
COFFRET DOUILLES ET ...
COFFRET DOUILLES ET ACCESSOIRES ULTIMATE® 1/4" (50 PIECES)
3,00
0,00
0,00
Unité(s)
148.73
20% G (Marchandises)
0,00
446,19 €
TOURNEVIS ULTIMATE®
TOURNEVIS ULTIMATE® (JEU DE 6)
2,00
0,00
0,00
Unité(s)
14.57
20% G (Marchandises)
0,00
29,14 €
[Delivery_007] Livraison ...
Livraison standard
1,00
0,00
0,00
Unité(s)
0,00
20% G (Marchandises)
0,00
0,00 €
Ajouter un produit
Ajouter une section
Ajouter une note
Catalogue
Mettre à jour les frais d'expédition
Code promotionnel
Promotions
Conditions générales : https://pmesoft.odoo.com/terms
Montant hors taxes:
475,33 €
TVA 20%:
95,07 €
Total:
570,40 €
Marge:
199.62 € (42%)
Envoyer un message
Enregistrer une note
Activités
Abonné(e)
Aujourd'hui
OdooBot - Il y a 2 minutes
Le paiement lié à la transaction avec la référence S00048 a été comptabilisé :
PBNK1/2024/00001
OdooBot - Il y a 2 minutes
Bonjour,
Votre commande S00048 d'un montant de 570,40 € a été confirmée.
Merci de votre confiance !
N'hésitez pas à nous contacter si vous avez des questions.
Produits
Quantité
Hors TVA
COFFRET DOUILLES ET ACCESSOIRES ULTIMATE® 1/4" (50 PIECES)
3.0
148,73 €
TOURNEVIS ULTIMATE® (JEU DE 6)
2.0
14,57 €
Livraison : 0,00 €
Sous-total : 475,33 €
Taxes : 95,07 €
Total : 570,40 €
Adresse de facturation : 11 Rue des Chenes Le Vesinet 78110 France
Mode de paiement : Démo (570,40 €)
Adresse d'expédition : 11 Rue des Chenes Le Vesinet 78110 France
Mode d'expédition : Livraison standard (Gratuit)
Commande - S00048.pdf
PDF
Nicolas FAUX - Il y a 2 minutes
Devis confirmé
Devis → Bon de commande (Statut)
OdooBot - Il y a 2 minutes
La transaction avec la référence S00048 pour un montant de 570,40 € a été confirmée (Démo).

Partie 8. La conclusion

Ce sont nos clients qui en parle le mieux

La Conclusion

Créer son entreprise, c'est entrer dans un monde où la liberté côtoie l'incertitude, où chaque euro gagné est le fruit d'un effort, d'un choix stratégique ou d'un échec surmonté. Ce premier tome vous a permis de traverser toutes les étapes essentielles : de l'idée à la société créée, jusqu'aux premières ventes. Rien n'a été enjolivé. Le parcours n'est pas linéaire, les obstacles sont nombreux, mais les outils existent — encore faut-il les comprendre et les utiliser avec lucidité.

Si vous êtes arrivé jusqu'ici, c'est que vous avez sans doute compris une chose essentielle : **l'entrepreneuriat n'est pas une question de motivation mais d'endurance.** Et pour vendre, il ne suffit pas de « croire en son projet » ; il faut structurer sa prospection, qualifier ses leads, répondre avec justesse aux objections et savoir dire non quand il le faut. Il faut surtout apprendre vite, et souvent à ses propres dépens.

Ce livre ne prétend pas détenir la vérité universelle, mais il partage **une vérité de terrain**, celle d'un entrepreneur qui a vécu le terrain, qui a appris de ses erreurs, et qui continue d'avancer. Si cela peut vous éviter quelques détours ou vous faire gagner du temps, alors l'objectif est atteint.

À bientôt, peut-être dans un second tome, où nous irons plus loin — dans la gestion, le développement, ou tout simplement la suite logique de cette aventure que l'on appelle : **vivre de son entreprise.**

Ce sont nos clients qui en parle le mieux

🎤 Interview client – La Fabrique

Client : Fabrice Poncet, Dirigeant de La Fabrique
Intégrateur Odoo : Nicolas Faux – PMESOFT

❓ Nicolas (PMESOFT) : Bonjour Fabrice, pouvez-vous nous présenter rapidement La Fabrique ?

Fabrice Poncet : La Fabrique est une ébénisterie de 25 personnes basée à Lyon qui produit des agencements sur mesure, du mobilier et des scénographies dans les musées

❓ Quelles étaient les difficultés que vous rencontriez avant la mise en place d'Odoo ?

Fabrice : J'avais l'habitude de dire que nous avions un bon rapport qualité / prix car notre produit n'était pas cher. Donc il n'était pas très bon ! Une technologie vieillissante, pas de mode Saas, des fonctionnalités limités : de ce fait, nous avions un myriade de tableaux Excel pour suivre notre activité, et les données étaient éparpillées.

❓ Pourquoi avoir choisi PMESOFT et la solution Odoo ?

Fabrice : Nicolas m'a démarché alors que je m'intéressais au produit. J'y ai vu un signe ! J'ai été séduit par la multitude de modules, et j'en découvre encore aujourd'hui ! J'ai retenu PMESoft pour l'expertise industrielle liée à la fabrication.

? Comment s'est déroulée la mise en œuvre ?

Fabrice : je suis le gérant de l'entreprise, mais j'ai aussi été chef de projet et key user … Donc le projet a pris un peu plus de temps que prévu. Nous avons privilégié les visios : je préfère payer du temps de paramétrage que du temps de TGV !

? Souvent une fois le choix de l'ERP effectué dans la mise en œuvre des écarts surviennent, du coup les budgets augmentent, comment avez-vous vécu la mise en place d'Odoo en regard de ces éléments ?

Fabrice : pour aboutir à la solution la plus proche de notre besoin, nous avons d'abord essayé de travailler avec le paramétrage et le studio, mais il a fallu finalement faire du développement sur mesure. Ce budget n'était pas prévu dans le chiffrage initial, mais Nicolas a été transparent et nous avons pris en charge la moitié des surcoûts.

? Quels sont les bénéfices concrets que vous observez aujourd'hui ?

Fabrice : de nets gains de productivité, que ce soit dans les tâches administratives ou de gestion, surtout sur l'ADV. Nous pouvons encore progresser dans la gestion de La Fabrication et les tableaux de bord. L'ergonomie est aussi un facteur déterminant pour l'acceptation de la solution.

? Que diriez-vous à une entreprise artisanale ou une PME qui hésite encore à passer à un ERP comme Odoo avec PMESOFT ?

Fabrice : Je vais être tout à fait sincère ! C'est une super solution qui n'a pas fini de nous apporter des bénéfices, mais ne vous fiez pas à la tarification annoncée : les coûts d'abonnement mensuel pour mettre en oeuvre une solution qualitative sont supérieurs au prix d'appel annoncé !

Copyright © 2025 Nicolas FAUX

All rights reserved.

ISBN:
ISBN-13: