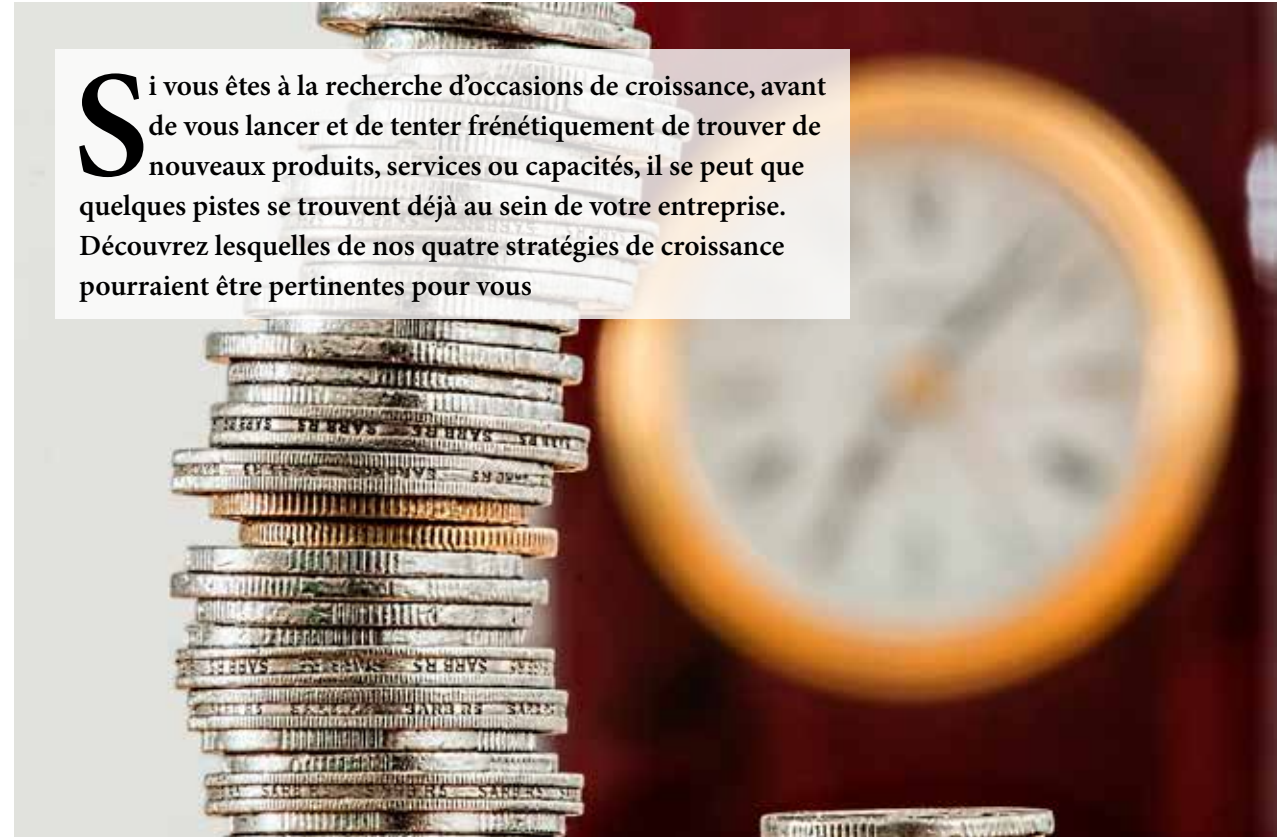


QUELQUES BONNES STRATÉGIES pour faire croître votre entreprise

Si vous êtes à la recherche d'occasions de croissance, avant de vous lancer et de tenter frénétiquement de trouver de nouveaux produits, services ou capacités, il se peut que quelques pistes se trouvent déjà au sein de votre entreprise. Découvrez lesquelles de nos quatre stratégies de croissance pourraient être pertinentes pour vous



Stratégie 1 : Mettez l'accent sur vos meilleurs clients

Il est reconnu qu'il est plus facile de faire plus de ventes avec ses clients actuels que d'en trouver de nouveaux. Ils peuvent vous connaître personnellement, comprendre le fonctionnement de votre entreprise, savoir comment commander et, à moins que quelque chose ne tourne pas rond, il est peu probable qu'ils fassent affaire avec une autre entreprise.

Vous pouvez faire plus de ventes avec vos clients actuels en :

- Appelant vos clients pour voir s'ils ont besoin de passer commande pour certains produits. C'est proactif et cela mène souvent à plus de ventes.
- Dressant la liste de vos meilleurs clients (ceux qui paient à temps, commandent en gros volumes et achètent des articles à marge élevée) et établissez un cycle de promotion régulier (communications directes, bulletins

électroniques, offres spéciales, rabais pour les achats en grosse quantité et avis anticipés de nouveaux produits ou services).

- Invitant les clients à des ateliers, à des webinaires ou à des lancements de produits pour qu'ils gardent votre entreprise en tête.

Toute façon de vendre aux clients que vous avez déjà sera probablement rentable.

Stratégie 2 : Élaborez un plan de marketing de croissance pour trouver de nouveaux clients

Les « nouveaux » clients les plus évidents sont ceux qui ressemblent beaucoup à vos bons clients actuels, car ils devraient avoir des besoins semblables et, par conséquent, ont donc moins besoin d'être convaincus. Déterminez où se trouvent ces clients potentiels et élaborez un plan pour les atteindre.

Voici quelques options:

- Trouvez de nouveaux contacts dans vos réseaux
- Ajoutez du contenu pour les clients sur votre site Web pour créer des pistes
- Publiez sur les médias sociaux que vos clients visitent
- Optimisez votre site Web pour les moteurs de recherche afin d'augmenter le trafic
- Achetez de la publicité en ligne.

Si vous ciblez d'autres entreprises, il peut suffire de trouver les coordonnées des propriétaires dans les répertoires ou de parcourir le bloc pour trouver de nouveaux clients et de leur demander de faire affaire avec vous en personne. Lisez notre article sur l'utilisation des médias sociaux pour trouver de nouveaux clients, pour vous aider à créer des pistes admissibles.

Stratégie 3 : Trouvez de nouvelles façons de vendre

Il y a parfois des occasions de croissance en modifiant la façon dont vous faites des affaires, surtout si la façon dont les gens achètent change. De plus en plus de canaux de vente sont offerts à une entreprise, comme la vente en ligne et des sites de tiers comme Amazon. Certaines entreprises vendent des abonnements mensuels à des utilisateurs, d'autres octroient des licences de propriété intellectuelle ou de coentreprise à des entreprises complémentaires pour qu'elles fassent la vente en leur nom.

Si vous avez l'impression de rater des occasions de vente, non pas en raison de ce que vous faites, mais de la façon dont les clients veulent effectuer leurs opérations, il est probablement temps de changer.

« L'amélioration de vos systèmes actuels et la création de gains d'efficacité entraîneront souvent des profits supplémentaires, ce qui réduira les efforts pour obtenir de nouveaux revenus. »

Stratégie 4 : Maîtrisez vos flux de trésorerie

Cette dernière stratégie ne consiste pas à essayer de trouver d'autres moyens de faire croître le revenu, mais plutôt à retrouver les liquidités qui sont tombées sous le divan du salon. L'amélioration de vos systèmes actuels et la création de gains d'efficacité entraîneront souvent des profits supplémen-

taires, ce qui réduira les efforts pour obtenir de nouveaux revenus. C'est encore plus important s'il devient de plus en plus difficile d'accroître la croissance des ventes (ou si les ventes diminuent).

Cherchez à colmater les fuites en :

- Effectuant des vérifications régulières (et non annoncées) des stocks pour repérer s'il y a du gaspillage ou du vol
- Adoptant les logiciels de votre secteur d'activité pour simplifier les processus (chaque secteur d'activité a généralement des logiciels spécialisés)
- Utilisant des logiciels de comptabilité comme Quickbooks, Sage, Xero ou Wave pour faire le suivi quotidien de vos flux de trésorerie
- Demandant des dépôts ou des paiements progressifs pour réduire les sommes dues
- Utilisant les systèmes de notation du crédit et en établissant des limites de crédit appropriées pour réduire au minimum les pertes
- Mettant en place des vérifications de crédit obligatoires pour réduire les risques de créances irrécouvrables
- Disposant de systèmes solides pour réduire la fraude
- Vous pouvez aussi améliorer vos flux de trésorerie en augmentant les prix et en réduisant les coûts à l'échelle de votre entreprise. Le calculateur d'amélioration de la trésorerie de la TD peut vous aider à déterminer l'effet de ces changements sur vos liquidités.

Prochaines étapes

- Si vous n'utilisez pas déjà un logiciel de comptabilité ou un logiciel de votre secteur d'activité, inscrivez-vous à ce qui convient le mieux à votre entreprise pour surveiller vos facteurs opérationnels.
- Déterminez les cycles d'achat des clients pour décider quand communiquer avec eux.
- Communiquez avec vos clients actuels pour confirmer votre principal avantage concurrentiel, puis soulignez-le dans votre publicité.
- Passez en revue votre entreprise et mettez en œuvre des tactiques d'épargne.
- Déterminez les activités que vous voulez accomplir au cours des six prochains mois et commencez-les.