

DÃ©velopper une entreprise Ã Martigny en Valais

Description

default watermark

Faire dÃ©coller votre entreprise est un dÃ©fi. Poursuivre la croissance de votre entreprise une fois quâ??elle est Ã©tablie est tout aussi difficile. Et si la crÃ©ation de nouvelles affaires et lâ??Ã©largissement de votre clientÃ¨le sont nÃ©cessaires pour rÃ©ussir, cela ne se fait pas du jour au lendemain. Il faut une planification efficace, une stratÃ©gie et la volontÃ© dâ??Ãªtre crÃ©atif.

5 mÃ©thodes Ã©prouvÃ©es pour dÃ©velopper votre petite entreprise

Si vos ventes ont rÃ©cemment atteint un plateau, consultez ces 5 mÃ©thodes Ã©prouvÃ©es pour continuer Ã dÃ©velopper votre entreprise.

1. Connaissez vos clients

Il est essentiel de savoir qui sont vos clients et ce dont ils ont besoin. Vous avez procÃ©dÃ© Ã lâ??identification dâ??un marchÃ© cible lors de lâ??Ã©laboration de votre plan dâ??affaires. Mais maintenant, vous avez une base de clients actifs avec laquelle vous devez vous engager et, ce faisant, amÃ©liorer votre activitÃ©. Que ce soit par le biais dâ??une enquÃªte trimestrielle, de commentaires dâ??utilisateurs ou de communications directes avec le service clientÃ¨le, vous devez demander un retour dâ??information honnÃªte. Prenez note des griefs rÃ©currents de votre clientÃ¨le et utilisez-les pour lancer de nouvelles fonctionnalitÃ©s, procÃ©der Ã des ajustements internes, ou tout autre correctif.

Et si le retour dâ??information direct de votre clientÃ¨le est inestimable, vous devez Ã©galement prÃªter attention au marchÃ© et Ã vos concurrents. En effectuant rÃ©guliÃ¨rement une analyse du marchÃ©, vous vous assurez dâ??Ãªtre au courant des mouvements de la concurrence et de la faÃ§on dont les diffÃ©rents Ã©vÃ©nements Ã©conomiques peuvent affecter vos clients. CombinÃ©e aux commentaires perspicaces de vos clients, elle fournit une image complÃ¨te des pistes de croissance potentielles.

2. PrivilÃ©giez le service Ã la clientÃ¨le

Alors que vous cherchez Ã dÃ©velopper votre entreprise, la qualitÃ© du service client pour vos clients actuels peut Ãªtre mise de cÃ´tÃ©. Bien sÃ»r, la perte de clients fait partie de lâ??activitÃ© commerciale, mais vous ne voulez pas quâ??elle soit le rÃ©sultat direct de vos tentatives de croissance. Et vous ne voulez pas aggraver le dÃ©part des clients en leur offrant une mauvaise expÃ©rience. En mÃªme temps, se concentrer sur un service client de qualitÃ© peut Ãªtre un moyen direct de croissance. Si vos clients actuels sont traitÃ©s de maniÃ¨re exceptionnelle, ils seront plus enclins Ã laisser des avis positifs, Ã vous recommander Ã leurs amis et, bien sÃ»r, Ã acheter Ã nouveau auprÃ¨s de votre entreprise.

3. Augmentez la valeur de vos clients actuels

Il est courant, lorsque lâ??on cherche des opportunitÃ©s de croissance, dâ??essayer immÃ©diatement dâ??attirer de nouveaux clients, mais quâ??en est-il de vos clients actuels ? Vous avez construit une crÃ©dibilitÃ© avec eux, ce qui signifie quâ??ils sont plus susceptibles dâ??acheter Ã nouveau chez vous, voire de payer plus pour des services supplÃ©mentaires et de nouveaux produits. Explorez les possibilitÃ©s dâ??accroÃ®tre la valeur de vos clients. Ajoutez une nouvelle ligne de produits qui complÃ¨te les achats prÃ©cÃ©dents. Essayez dâ??augmenter le prix des services en Ã©change de fonctionnalitÃ©s supplÃ©mentaires, de conseils pratiques ou dâ??autres ajouts que vos clients trouvent prÃ©cieux.

default watermark

Le fait que vous ayez peut-Ãªtre atteint la limite de la croissance de votre marchÃ© cible Ã©tabli ne signifie pas que vous ne pouvez pas en tirer plus de valeur. Et qui sait, tous les changements que vous faites pour augmenter la valeur pour les clients actuels peuvent Ãªtre un tremplin pour en attirer de nouveaux.

4. Exploitez les mÃ©dias sociaux

Se plonger dans les mÃ©dias sociaux peut Ãªtre dÃ©courageant. Mais il nâ??est pas nÃ©cessaire dâ??avoir de lâ??expÃ©rience en la matiÃ¨re pour exploiter les plateformes sociales. Il suffit parfois dâ??ouvrir un profil professionnel et de commencer Ã dÃ©velopper une communautÃ© de clients. Il nâ??est pas nÃ©cessaire de publier des messages tous les jours ou de crÃ©er des images et des vidÃ©os incroyables, mais il faut Ã©tablir un programme cohÃ©rent auquel vos clients peuvent sâ??attendre. Ã? partir de lÃ , câ??est Ã vous de vous engager activement auprÃ¨s de vos followers, de lire les commentaires, de rÃ©pondre aux messages et, plus gÃ©nÃ©ralement, de dÃ©velopper votre marque sociale.

Dans lâ??ensemble, il sâ??agit dâ??un excellent moyen dâ??identifier des tendances et des informations sur vos clients. Si vous le souhaitez, vous pouvez mÃªme utiliser les informations que vous obtenez et essayer de diffuser des publicitÃ©s sociales. Câ??est plus facile que vous ne le pensez et câ??est un moyen peu coÃ»teux de tester des promotions, de mesurer lâ??intÃ©rÃªt dâ??une nouvelle base de clients ou mÃªme de mener une campagne numÃ©rique Ã part entiÃ¨re.

5. DÃ©veloppez votre Ã©quipe

DÃ©velopper votre clientÃ¨le et vos ventes signifie gÃ©nÃ©ralement dÃ©velopper votre Ã©quipe. Et tout comme vous devez vous concentrer sur la fourniture dâ??un service client exceptionnel, vous devez vous concentrer sur la qualitÃ© des personnes qui rejoignent votre Ã©quipe. Efforcez-vous de trouver des voix diverses qui peuvent non seulement remplir les fonctions du poste, mais aussi apporter des perspectives uniques qui remettent en question les vÃ´tres. Il est nÃ©faste dâ??avoir un personnel rempli de Â« yes men Â» et cela peut potentiellement conduire Ã une mauvaise culture interne et Ã des dÃ©cisions intÃ©ressÃ©es. Le fait de disposer dâ??un large Ã©ventail dâ??employÃ©s dont lâ??expÃ©rience, les antÃ©cÃ©dents, les croyances et les spÃ©cialitÃ©s diffÃ¨rent apporte de nouvelles perspectives qui seraient inexistantes sans eux.

En outre, si vous cherchez Ã recruter de nouveaux employÃ©s, vous voudrez Ã©galement vous concentrer sur le dÃ©veloppement professionnel de votre personnel actuel. Montrez que vous les apprÃ©ciez et que vous valorisez leur contribution Ã votre entreprise. Donnez-leur plus dâ??occasions de diriger et de collaborer, impliquez-les dans le processus de fixation des objectifs, et payez mÃªme la facture pour quâ??ils assistent Ã des sÃ©minaires et Ã des formations. La faÃ§on dont vous traitez vos employÃ©s se reflÃ©tera dans la faÃ§on dont vous traitez vos clients. Commencez par optimiser

default watermark

Categorie

1. Financement

Date
2026/11/26
date crÃ©Ã©e
2022/04/28
Auteur
blogueur