



(/membre/jeansamper)

Les 5 leviers pour développer la rentabilité d'une affaire en franchise : Conseil n°2

Voir l'article précédent : Conseil N°1 pour [développer la rentabilité d'une entreprise en franchise](https://franchisebusinessclub.com/article/les-5-leviers-pour-developper-la-rentabilite-d-une-affaire-en-franchise-conseil-n-1) (<https://franchisebusinessclub.com/article/les-5-leviers-pour-developper-la-rentabilite-d-une-affaire-en-franchise-conseil-n-1>). Voir aussi le [conseil suivant N°3](https://franchisebusinessclub.com/article/les-5-leviers-pour-developper-la-rentabilite-d-une-affaire-en-franchise-conseil-n-3) (<https://franchisebusinessclub.com/article/les-5-leviers-pour-developper-la-rentabilite-d-une-affaire-en-franchise-conseil-n-3>). Nous nous penchons sur le thème, souvent négligé, du taux de conversion, deuxième levier de notre équation :

Génération de contacts, Taux de conversion, Valeur moyenne par transaction, Nombre de transactions, Marges. Voici un conseil Action Coach (coaching des entreprises) pour manager nos affaires !

Le taux de conversion est simplement le pourcentage de vos prospects qui deviennent des clients. Rarement mesuré, ce taux est généralement fortement surestimé et représente, de ce fait, une des premières opportunités d'amélioration dans la plupart des entreprises. A ce jour ActionCOACH a développé une gamme de 83 stratégies pour vous aide à améliorer votre taux de conversion.

Voici quelques exemples:



1. Utilisez des scripts de vente.

Ces scripts sont indispensables quelque soit votre type d'activité. Une fois que vous aurez trouvé l'**approche idéale (ou presque) pour vendre quelque chose à quelqu'un**, pourquoi la changer ? Retranscrivez au mot près ce que vous avez dit, et reproduisez cela à chaque fois. Assurez vous aussi que votre équipe en fait autant. Chaque client est différent, mais l'objectif reste toujours le même : adapter votre offre au besoin du client. Vous devez établir des scripts dans tous les domaines – aussi bien pour accueillir vos prospects/clients quand vous décrochez le téléphone que pour dire au revoir avant de raccrochez.

2. Définissez votre Proposition Unique de Vente.

Si vous ne proposez rien de différent des autres, on achètera chez vous uniquement en raison du prix ou par commodité, rien de plus. Pris dans cet engrenage, vous serez dans l'incapacité de pouvoir augmenter vos prix car si un concurrent vend moins cher, les clients achèteront chez lui. Vous devez **trouver des facteurs de différenciation**, des choses qui vous rendent unique puis travailler à fond votre communication pour mettre cela en valeur.

3. Editez un document mettant en avant les bénéfices et des témoignages.

Il s'agit d'un document (et une page dédiée sur votre site Internet) que vous pouvez remettre à toute personne que vous rencontrez. Ce document décrit **les 4 choses les plus importantes à connaître** sur votre produit ou bien les 7 raisons pour lesquelles votre produit est celui qu'il leur faut. Apportez aussi des témoignages – des citations de vos clients passés sur la qualité de votre prestation. Un témoignage vidéo est de loin le meilleur moyen pour communiquer tout ce que vous apportez à vos clients.

4. Le petit plus qui fait la différence.

Pour clore la vente, apportez quelque chose d'imprévu – quelque chose qui leur donne la perception qu'ils réalisent une très bonne affaire. Ensuite, stipulez une date limite sur cette offre, de manière à inciter le prospect à prendre une décision. Assurez-vous que l'offre porte sur quelque chose ayant une valeur perçue importante pour le prospect mais qui ne vous coûte pas trop cher...

Lire le [conseil N°3 pour développer une affaire en franchise](https://franchisebusinessclub.com/article/les-5-leviers-pour-developper-la-rentabilite-d-une-affaire-en-franchise-conseil-n-3)
(<https://franchisebusinessclub.com/article/les-5-leviers-pour-developper-la-rentabilite-d-une-affaire-en-franchise-conseil-n-3>)



Qui est [Action Coach](http://ac-franchise.com/annuaire/action-coach--3) (<http://ac-franchise.com/annuaire/action-coach--3>) ? C'est le leader mondial de son métier : le coaching des entreprises.



()

[#management](#) (/recherche?terms=management)

[#rentabilité](#) (/recherche?terms=rentabilit%C3%A9)

[#performance](#) (/recherche?terms=performance) [#gestion](#) (/recherche?terms=gestion)

4


Vous devez être connecté pour pouvoir commenter

Connexion ()





Recommandations d'article


 (/article/dix-
caracteristiques-du-
franchise-qui-reussit)
(/p/manager-
franchise-la-
limite-d-intervention-
du-franchiseur)
(/article/six-traits-
distinctifs-des-
franchiseurs-
exceptionnels-5-9-bis)


Article

Dix caractéristiques du franchisé qui réussit...

(/article/dix-
caracteristiques-
du-franchise-
qui-reussit)

3 ♥

 (/article/dix-
caracteristiques-
du-franchise-
qui-reussit)

 08
février
2023


(/p/manager-
franchise-la-
limite-d-intervention-
du-franchiseur)

Article

Interview : La limite d'intervention du franchiseur

(/article/interviev-
la-limite-d-
intervention-du-
franchiseur)

1 ♥


 (/article/interviev-
la-limite-d-
intervention-du-
franchiseur)

(/article/six-traits-
distinctifs-des-
franchiseurs-
exceptionnels-5-9-bis)

Article

Six traits distinctifs des franchiseurs exceptionnels! 5/9 bis

5 ♥

 (/article/six-
traits-
distinctifs-des-
franchiseurs-
exceptionnels-
5-9-bis)

