L'info'graph du mois

aloha

5 indicateurs clés pour mesurer votre performance.

Tous les derniers mercredis du mois, retrouvez l'Info'graph aloha qui vous apporte toutes les données et conseils pour votre développement commercial.

1/ Fixer des objectifs de vente

Optimisez vos actions grâce aux indicateurs de vente, soyez en mesure d'identifier les besoins de vos prospects, de comprendre les comportements, d'évaluer l'impact de vos concurrents. Ayez une vision claire du potentiel de chaque secteur et **fixez des objectifs fiables et réalistes** à vos commerciaux.

Si moins de 60 % des commerciaux réussissent à les atteindre, alors les objectifs sont irréalisables.

2/ Le taux de conversion

Le taux de conversion correspond au pourcentage de leads convertis en clients. Cet indicateur est indispensable pour savoir combien de leads sont nécessaires pour atteindre votre objectif. Il permet d'**identifier les freins potentiels** et de les corriger pour **maximiser vos performances**.

Connaître l'impact de vos actions marketing sur votre audience et mesurez la rentabilité de vos campagnes ou vos différents processus marketing.

3/ Les opportunités perdues

Une diminution de cet indicateur montre que vos leads ne sont pas correctement qualifiés. Vous devez alors améliorer vos compétences en matière de négociation. En mesurant les opportunités perdues, vous serez en mesure de savoir **à quel moment vos prospects quittent votre entonnoir de vente**.

L'absence de décideur dans le cycle de vente est très souvent la raison qui empêche le closing de vente.

4/ Le taux de satisfaction client

Le **score CSAT** (customer satisfaction) se détermine grâce à la réponse des clients à la question unique "Etes-vous satisfait du produit ?". A partir de 80%, le CSAT est considéré comme très bon. En revanche, lorsqu'il est inférieur à 50%, cela montre un mécontentement envers votre produit/service. Il est alors nécessaire de mettre en place des actions concrètes.

Ajoutez une question ouverte "Pourquoi" pour que le client puisse s'exprimer librement et donner son avis.

5/ Le coût d'acquisition

Cet indicateur vous permet d'estimer ce qu'il faut investir pour obtenir le nombre de clients attendus dans les objectifs. Il mesure les retombées des actions commerciales et vous permet ainsi de déterminer ce qu'il faut continuer de développer, optimiser ou à l'inverse abandonner.

Chiffres clés - source : hubspot.fr
Eskimoz.fr

Pour toutes demandes d'informations sur le CRM aloha, rendez-vous sur **www.aloha.tbscobalt.com**