

Comment est-ce que votre Entreprise se compare à ses pairs et concurrents ?

87 puissantes questions pour maximiser votre business.

Cher Accomplisseur Dirigeant, Entrepreneur ou Chef d'entreprise,

Ce puissant test d'auto-diagnostic de 87 questions a été traduit sous l'autorisation d'un bon ami et légende dans le monde du business et du marketing, Jay Abraham.

En tant que Business Coach et Expert en Stratégies de Maximisation, je recherche constamment à vous transmettre les meilleurs outils et **stratégies qui vous permettront de MAXIMISER les résultats de votre business.**

Le point de départ de la réussite, c'est avant tout d'**identifier vos points de progrès**. Tant que vous ne prenez pas conscience des « trous » qui existent dans votre business, vous continuerez à perdre de l'argent sans vous en rendre compte.

C'est uniquement en prenant conscience de la source du problème, que vous pourrez commencer à réparer les trous **et générer plus de profits pour votre entreprise.**

Les questions sont très directes et révélatrices, et **spécifiquement conçues pour déceler instantanément si votre business pourrait et devrait travailler plus et de façon plus profitable pour vous.** Et si c'est oui, alors comment vous devez l'améliorer.

C'est l'orientation préparatoire idéale pour vous aider à gagner en perspicacité et vision **lorsque nous passerons 4 jours ensemble lors du séminaire BusinessMax.**

Je vous invite à présent à répondre au 87 questions de ce test. Les réponses et les implications financières relative à votre business vous seront évidentes lorsque vous aurez fini le test. (Voir l'interprétation de l'autodiagnostic dans la section finale)

Il est regrettable de voir un business prometteur ne pas être aussi performant qu'il le pourrait et produire plus de revenus, de profit et de richesses à ses propriétaires.

Souvent, **le simple fait de changer votre stratégie marketing ou le système de profit** que vous avez implémenté **peut doubler, redoubler et même tripler vos revenus et les profits** que votre business vous livre.

Prenez le temps maintenant de répondre aux 87 questions suivantes.

N'hésitez pas à imprimer ce document et concentrez-vous.

Soyez honnête dans vos réponses, car de toute façon, vous serez le seul à connaître le contenu exact des réponses et leurs implications en terme de profits.

Après avoir répondu à toutes les questions, vous serez amené à calculer votre score personnel, et vous recevrez tout à la fin l'interprétation de vos résultats, que je vous invite à lire très attentivement.

Je remercie encore Jay d'avoir accepté de m'avoir laissé vous partager ces 87 puissantes questions qui vous aideront à prendre conscience des plus gros points de leviers existants dans votre entreprise.

Au grand plaisir de vous accompagner vers la réussite que vous méritez et désirez.

Max Piccinini

Fondateur de ReussiteMax

1.) Combien de méthodes de ventes différentes utilisez-vous en ce moment ?
_____ Un (1 pt) _____ 2-4 (2pts) _____ 5 ou plus (3 pts)

2.) Combien de nouvelles méthodes de ventes potentiels avez vous testé ces 12 derniers mois
_____ Aucun (0) _____ Un (1) _____ 2-4 (2) _____ 5 ou plus (4)

3.) Avez-vous une connaissance parfaite sur la marge de votre revenu net et sur les trois façons de gagner de nouveaux clients ?
_____ Non (0) _____ Peu (1) _____ Beaucoup (2) _____ Tous (4)

4.) Combien de systèmes de recommandations formalisés utilisez-vous actuellement que chacun de vos employés utilise et suit ?
_____ Aucun (0) _____ Un (1) _____ 2-5 (2) _____ 6 ou plus (4)

5.) Votre entreprise est-elle commercialisée de manière tactique ou stratégique ?
_____ Tactique (0) _____ Stratégique (2)

6.) Avez-vous une USP (proposition commerciale unique) à travers le marché que vous ciblez et qui est la seule solution viable à un problème que vous seul avez identifié ?
_____ Non (0) _____ Oui (2)

7.) Connaissez-vous votre taux d'attrition, et la raison pour laquelle vos acheteurs cessent d'acheter chez vous ?

_____ Non (0) _____ Partiellement (1) _____ Oui, dans les deux cas (3)

8) Disposez-vous de programmes de réduction d'attrition ou de conservation de clients afin de minimiser les acheteurs inactifs ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

9.) Avez-vous des bases de données complètes de vos acheteurs et acheteurs potentiels avec une liste de noms, numéros de téléphone, type d'achat, ce qu'ils achètent, ce qu'ils n'achètent pas, leurs provenances, les quantités d'achats passés, etc.

_____ Aucune (0) _____ Partielle (1) _____ Oui à toutes les questions (3)

10.) Avez-vous utilisé activement toutes les données ci-dessus pour différentes catégories de cible potentiels/acheteurs de manières différentes pour différents produits ou services ?

_____ Non (0) _____ Oui (3)

11.) Savez-vous exactement d'où (ou majoritairement d'où) votre business provient et comment stimuler plus de personnes de ces zones ciblées à acheter ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

12.) Savez-vous où se situe votre plus grande source de clients inexploitées et comment l'exploiter ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

13.) Est-ce qu'au moins 25 % de votre business provient actuellement de recommandations de vos clients ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

14.) Est-ce que le nombre moyen de recommandations que vous obtenez tous les mois augmente ou diminue ?

_____ Vers le bas/chute (0) _____ haut/Croissant (2)

15.) Avez-vous un système fiable de collecte et de création des témoignages de clients et histoires de réussite/succès ?

_____ Aucune (0) _____ Oui (2)

16.) Si "oui", combien de témoignages clients et histoires de réussite avez-vous ?

_____ 1-5 (1) _____ 6-10 (2) _____ 11-20 (3) _____ 21 et plus (4)

17.) Avez-vous efficacement et puissamment utilisé les témoignages dans tous vos efforts de marketing et de publicité ?

_____ Aucune (0) _____ Parfois (1) _____ Oui, toujours (3)

18.) Avez-vous des gens respectés dans votre domaine, marché ou industrie qui vous recommandent et vous approuvent ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

19.) Combien de recommandations avez-vous ?

_____ Aucun (0) _____ 1-3 (1) _____ 4-9 (2) _____ 10 ou supérieur (3)

20.) Avez-vous un système continu/approche programmé activement en place afin d'identifier et de sceller d'autres recommandations ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

21.) Avez-vous des alliances stratégiques activement mise en place aujourd'hui ?

_____ Aucune (0) _____ Oui (2)

22.) Si "oui", combien d'alliances stratégiques avec qui vous faites de la promotion en ce moment possédez-vous ?

_____ Un (1) _____ 2-5 (2) _____ 6-10 (3) _____ 10 ou plus (4)

23.) Ajoutez-vous des alliances stratégiques (par ex. bénéficiaires des entreprises complémentaires, publications, associations) à votre stratégie marketing chaque trimestre ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

24.) Si "oui", combien (en moyenne) ajoutez-vous à votre stratégie marketing chaque trimestre ?

_____ 1 (1) _____ 2-3 (2) _____ 4-9 (3) _____ 10 ou plus (4)

25.) Testez-vous régulièrement vos titres d'accroches ou leurs équivalents (c'est-à-dire phrase d'ouverture de vos présentations, des appels de vente téléphonique, scripts de télémarketing, salutations lors d'une conférence, etc.)

_____ Non (0) _____ Oui (2)

26.) Si "oui", combien de différents titres ou équivalents avez-vous réussi à tester dans les 12 derniers mois ?

_____ 1 (1) _____ 2-9 (2) _____ 10-20 (3) _____ 21 ou plus (4)

27.) Avez-vous une démarche systématique ou système de suivi en cours que vous mettez en action pour chaque potentiel / nouvel acheteur que vous gagnez ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

28.) À quelle fréquence restez-vous en contact avec des anciens acheteurs/clients par téléphone, courrier, courriel ou en personne ?

_____ Jamais (0) _____ Une fois tous les six mois (1) _____ Une fois par trimestre (2)
_____ Plus souvent (3)

29.) Connaissez-vous votre coût acceptable d'acquisition d'un client potentiel et/ou d'un client, et si "oui", investissez-vous dans vos efforts de marketing pour acquérir de nouveaux acheteurs ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

30.) Avez-vous un back-end progressif ; c'est-à-dire, vous continuez à vendre des produits de base à vos clients ou vous continuez d'ajouter de nouveaux produits ou services à votre back-end afin de maintenir le cycle de vente.

_____ Non (0) _____ Oui (2)

31.) Si oui, combien de produits différents offrez-vous dans votre back-end progressif ?

_____ 1-2 (1) _____ 3-9 (2) _____ 10 ou plus (3)

32.) Passez-vous plus de votre temps sur le marketing ou la gestion ?

_____ Jamais (0) _____ Une fois tous les six mois (1) _____ Une fois par trimestre (2)
_____ Plus (3)

33.) Croyez-vous que l'affirmation de Peter Drucker selon laquelle la commercialisation et l'innovation sont les deux choses qui créent des clients et des bénéfices et que tout le reste n'est que dépense, est correct ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

34.) Utilisez-vous le risque inversé pour conclure les ventes et différencier votre entreprise de vos concurrents ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

35.) Si oui, combien de façons différentes avez-vous testé le risque inversé ?

_____ Aucune (0) _____ 1 (1) _____ 2-4 (2) _____ 5 ou plus (3)

36.) Combien des principaux facteurs de marketing testez-vous régulièrement ?

_____ Aucun (0) _____ Seulement les titres (1) _____ Titres, offres (2)

37.) Offrez-vous des bonus (physiques ou virtuels) pour inciter à l'achat votre produit ou service ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

38.) Quelle différence est-ce que vos tests ont eue sur vos résultats et profits ?

_____ Moins de 10% d'amélioration (1) _____ 11-30% (2) _____ 31-50% (3)
_____ 51-99% (4) _____ 100% (double) ou plus (5)

39.) Utilisez-vous les relations publiques/relations avec les médias / radio / journaux / magazines ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

40.) Utilisez-vous les résultats de ces activités dans des extraits ou des reproductions dans le cadre de votre marketing ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

41.) Écrivez-vous des articles, rapports spéciaux ou un livre que vous utilisez en tant que documents promotionnels ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

42.) Avez-vous des listes de marché par courrier direct, email, télémarketing, catalogue ou vente personnel ?

_____ Aucune (0) _____ Oui (2)

43.) Connaissez-vous ce que votre retour d'investissement représente pour la génération de prospects et de conversion de ventes et/ou la revente de l'acheteur ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

44.) Avez-vous une façon continue de construire une liste croissante d'emails de clients ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

45.) À quelle fréquence envoyez-vous des e-mails de qualité qui offrent un avantage pour vos clients ou clients potentiels ?

_____ Jamais (0) _____ rarement (1) _____ trimestriel (2)

_____ Une fois par mois ou plus (3)

46.) Vos e-mails sont-ils basés sur l'intérêt de vos contacts, et pas simplement à servir vos intérêts ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

47.) Avez-vous un site Web formaté qui est construit autour des principes de marketing ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

48.) Faites-vous de l'optimisation pour les moteurs de recherche qui est efficace (c'est à dire qui réussit à identifier et convertir) qui rapporte des prospects, clients, business ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

49.) Avez-vous une activité marketing « Parthénon de Puissance » où vos acheteurs/clients/flux de revenus dérivent de plusieurs piliers/ sources ? Si oui, combien de piliers dans votre « Parthénon de Puissance » ?

_____ 2 (1) _____ 3-5 (2) _____ 6-8 (3) _____ 9 ou plus (4)

50.) Avez-vous une liste de cibles potentielles de partenaires stratégiques – par ex. des entreprises qui disposent déjà d'une solide relation avec votre cible d'acheteurs - ou de nouvelles entreprises qui ont plus à gagner que vous en vous aidant à vendre vos produits ou services ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

51.) Si oui, combien de nouveaux partenaires stratégiques potentiels (avec informations complètes) sont sur cette liste ?

_____ 1-5 (1) _____ 6-10 (2) _____ 11-20 (3) _____ 21-50 (4) _____ 51 and Over (5)

52.) Avez-vous, ainsi que tous vos employés qui sont en contact avec vos acheteurs potentiels/actuels, eu des formations de conseiller vendeur ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

53.) Si oui, à quelle fréquence avez-vous recyclé et fait progresser leurs compétences pour cet aspect primordial de générateur de recettes ?

_____ Jamais (0) _____ Annuel ou plus (1) _____ Tous les six mois (2)
_____ Mensuelle (3)

54.) Combien d'avantages compétitifs avez-vous créé pour votre entreprise ?

_____ Aucun (0) _____ Un (1) _____ 2-5 (2) _____ 6 ou plus (3)

55.) Avez-vous des moyens permettant d'acquérir de nouveaux clients et acheteurs a un coût neutre qui génère de vrais profits en back-end ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

56.) Si "oui", combien d'approches différentes utilisez-vous ?

_____ Une (1) _____ 2-3 (2) _____ 4 ou plus (3)

57.) Mettez-vous régulièrement à jour vos acheteurs potentiels et vos clients sur vos services/produits ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

58.) Combien de listes d'acheteurs potentiels avez vous identifié et utilisez-vous qui ciblent au mieux vos meilleurs prospects ?

_____ Aucune (0) _____ Un (1) _____ 2-5 (2) _____ 6-10 (3) _____ 11 ou plus (4)

59.) Pensez-vous vraiment que votre marketing rend votre offre irrésistible auprès de vos acheteurs potentiels ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

60.) Si "NON", combien de façons pouvez-vous créer pour renforcer l'attractivité et l'efficacité de vos ventes, la publicité, les offres publicitaire et les propositions ?

_____ Une (1) _____ 2-5 (2) _____ 6-10 (3) _____ Plus de 10 (4)

61.) Combien de produits/services complémentaires (ventes incitatives/ventes croisées) pouvez-vous actuellement ajouter à votre proposition de vente ?
_____ Aucun (0) _____ Un (1) _____ 2-5 (2) _____ 6 ou plus (3)

62.) Offrez-vous aux acheteurs des unités plus grandes / de qualité différente afin d'augmenter la taille de chaque vente ?
_____ Non (0) _____ Oui (2)

63.) Si "NON", combien de possibilités pensez-vous pouvoir mettre en place maintenant ?
_____ Aucune (0) _____ Un (1) _____ 2-5 (2) _____ 6 ou plus (3)

64.) Est-ce que vous faites la promotion ou des partenariats avec d'autres entreprises pour vendre LEURS produits/services à VOS acheteurs et prospects ?
_____ Non (0) _____ Oui (2)

65.) Mettez-vous en place des événements spéciaux tels que des séminaires, lancement de nouveaux produits, introductions, promotions de fin d'année, promotions de fermetures, ventes privées, rencontre avec la direction, rencontre avec le fabricant, etc. ?
_____ Non (0) _____ Oui (2)

66.) Préparez-vous vos acheteurs dès leur premier achat de façon éthique (mais aussi efficace) de les inciter à revenir à acheter plus ?
_____ Non (0) _____ Oui (2)

67.) Est-ce que vous parlez personnellement à vos acheteurs, prospects et clients de façon régulière pour apprendre ce qu'ils veulent et ensuite construire une relation avec eux ?
_____ Non (0) _____ Oui (2)

68.) Achetez-vous régulièrement chez vos concurrents pour voir ce qu'ils font différemment ou ce que votre entreprise ne fait pas ?
_____ Non (0) _____ Oui (2)

69.) Il y a entre 15 et 30 points de leviers que peuvent augmenter les ventes/rentabilité de votre entreprise. Combien en avez-vous identifiés ?
_____ Aucun (0) _____ 1-5 (1) _____ 6-10 (2) _____ 11-20 (3) _____ Plus de 20 (4)

70.) Avez-vous une stratégie de marketing écrite que vous appliquez continuellement ?
_____ Non (0) _____ Oui (2)

71.) Si "oui", surveillez-vous régulièrement les résultats et le rendement de chaque élément de ce plan pour l'ajuster, remplacer, améliorer les domaines ou activités chaque fois que la performance diminue ou ne dépasse pas vos objectifs ?

_____ Non (0) _____ Parfois (1) _____ Oui, toujours (2)

72.) Avez-vous une stratégie de marketing par courrier électronique ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

73.) Etudiez-vous la réussite et les approches que d'autres entreprises utilisent pouvant être adapté à la vôtre ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

74.) Si "oui", faites-vous régulièrement (au moins une fois par trimestre ou plus) une sélection d'approches que vous voulez essayer et tester pour voir si elles sont meilleures que les méthode(s) que vous utilisez actuellement ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

75.) Votre marketing, approche commerciale et activités publicitaires se concentrent sur les avantages ou les caractéristiques ?

_____ Caractéristiques (1) _____ Avantages (2)

76.) Connaissez-vous les cinq raisons principales pour lesquelles les acheteurs potentiels n'achètent pas chez vous ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

77.) Avez-vous une façon efficace de surmonter chacune de ces cinq raisons ?

_____ Aucune (0) _____ Oui (2)

78.) Savez-vous vraiment ce qu'est l'idéologie de votre entreprise et pouvez-vous l'expliquer en un paragraphe ou moins ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

79.) Connaissez-vous toutes les ressources marketing que votre business possède ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

80.) Avez-vous identifié toutes les différentes activités génératrices de revenus de votre entreprise, afin de commencer à les améliorer et les optimiser ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

81.) A quelle fréquence investissez-vous en temps et efforts à apprendre de meilleures façons d'améliorer les ventes, le marketing, les bénéfices et/ou le rendement concurrentiel de votre entreprise ?

_____ Jamais (0) _____ Une fois par an (1) _____ Deux fois par an (2) _____ Constamment (3)

82) Combien des trois façons de faire croître un modèle économique et des 32 principales sources de revenus appliquez-vous actuellement ?

_____ Aucune (0) _____ Très peu (1) _____ Environ un tiers (2) _____ Plus (3)

83) Appliquez-vous efficacement la stratégie de Prééminence pour toutes vos ventes, Marketing, Promotion et communication client/prospect ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

84.) Savez-vous vraiment et pouvez-vous clairement expliquer quel est votre plus grand problème marketing ?

_____ Non (0) _____ Incertain(e) (1) _____ Oui, absolument (2)

85.) Savez-vous quelle est la plus grande opportunité inexploitée commerciale ou marketing pour votre entreprise et pouvez-vous la définir clairement ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

86.) Savez-vous quels domaines du marketing de votre entreprise sont inefficaces et à améliorer (suivi des prospects, convertir prospects en clients, revente, recommandation) ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

87.) Savez-vous où se situe la plus forte opportunité de croissance ou de génération de profit pour votre entreprise ?

_____ Non (0) _____ Oui (2)

La “Clé” pour interpréter vos réponses

Maintenant que vous avez terminé de répondre à toutes les questions du test d'évaluation, voici comment voir ce que tout cela signifie pour vous :

Additionnez tous les points de vos réponses se trouvant entre parenthèses. Une fois que vous obtenez votre total combiné, voici ce qu'il vous indique...

A) Si votre total de points est égal à 59 ou moins, cela indique que votre marketing est très faible, votre opportunité de croissance et de rentabilité avec une meilleure stratégie de marketing EST PRESQUE ASSURÉE. Vous êtes probablement en train de réaliser moins de 15 % du véritable potentiel financier et commercial de votre entreprise

B) Si votre total de points est entre 60 à 193, vous êtes à un niveau acceptable de marketing ; mais votre entreprise peut être amélioré d'une façon considérable. Vous pouvez probablement augmenter votre rendement global de 80% ou plus simplement par une meilleure compréhension et en appliquant les opportunités marketing dont vous disposez déjà.

C) Si votre total de points dépasse 194 ou plus, félicitations ! Vous êtes un excellent marketeur et vous pouvez être fier de vous. Mais, ironiquement, parce que VOUS comprenez si bien les véritables opportunités marketing disponible à votre entreprise - Votre entreprise a probablement une possibilité de croître de manière géométrique si vous décidez de propulser votre stratégie et vos tactiques a leurs meilleurs niveaux de performance possible.

Si vous êtes allé jusqu'au bout, félicitations. **Cela veut dire que vous êtes un véritable accomplisseur et que vous ferez tout en votre pouvoir** pour atteindre vos objectifs avec votre entreprise.

En tant qu'entrepreneur, dirigeant ou chef d'entreprise, **vous vous devez de vous donner toutes les chances de votre côté et de maximiser** chaque opportunité sous-utilisée dans votre entreprise.

Pour vous aider à **gagner un temps précieux et vous armer avec les meilleures stratégies** qui soient, faites le choix de nous **rejoindre à BusinessMax.**

<http://reussitemax.com/evenements/seminaire-businessmax/>

Ce séminaire vous permettra **d'accélérer votre réussite** comme jamais, de **multiplier votre profitabilité** et de **maximiser** votre business comme il se doit.

Pour réserver votre place, contactez dès maintenant notre Service Client au :

+33 (0)9 70 170 570

ou par email :

ServiceConseil@ReussiteMax.com