

COMMERCIAL

Faciliter sa relation à l'argent

Ariane Mahieu

*« Avoir de l'argent est mieux que
d'être pauvre,
ne serait-ce que pour des questions
financières. »*

Woody Allen

Pourquoi est-on mal à l'aise avec l'argent?

Les freins externes

1. LE POIDS DE L'HISTOIRE DE FRANCE
2. LE POIDS DE L'HISTOIRE DES FEMMES
3. L'ÉDUCATION DIFFÉRENCIÉE

Pourquoi est-on mal à l'aise avec l'argent?

Les freins internes

1. LA CONFUSION ENTRE SOI ET SON OFFRE
 - Le syndrome de l'imposteur
 - La question du statut
 - L'angoisse du refus
2. LE FLOU DANS LE PROJET
 - Abstrait
 - Centré sur ses besoins
 - Pas calé sur les charges

Être à l'aise avec l'argent

Regarder la réalité en face

1. CALCULER SES CHARGES
 - Locaux?
 - IT/Téléphone?
 - Salaires? Sous-traitants ?
 - Stocks?
 - RSI ou portage??
 - Ne pas confondre CA et bénéfice
2. EXPLORER SON MARCHÉ
 - Les offres concurrentes
 - Les clients potentiels

Être à l'aise avec l'argent

Fixer le « juste » prix

1. JUSTE pour vos CLIENTS

- Un prix qui répond visiblement à ses besoins
- Un prix qui le rassure sur votre plus-value, votre expertise

2. JUSTE pour VOUS

- Le temps passé à produire
- Le temps passé à se préparer à produire

3. Ce qui est NEGOCIABLE

- Votre limite financière : quel est mon plancher?
- Vos contraintes temporelles : quel temps minimal efficace ?

Etre à l'aise avec l'argent

Assumer la valeur de vos prestations

LES JOURNÉES
DE LA **CRÉATION** 

Le prix reflète votre compétence et le service rendu à vos clients

Ce qui est modulable, c'est l'aspect quantitatif

Ce qui est négociable est compris dans une fourchette déjà définie par vous

Le client a aussi besoin de vous

Ce qui n'a pas de prix n'a pas de valeur

Un client qui ne respecte pas vos tarifs ne respectera pas votre expertise.

Etre à l'aise avec l'argent

Assumer ses prix

1. VOS TARIFS SONT L'EXPRESSION
 - ✓ de la valeur de votre travail
 - ✓ du poids des besoins de votre client
2. VOTRE OBJECTIF est d'avoir une conscience forte de cette valeur et de l'exprimer clairement.
3. VOTRE GÊNE pourrait faire penser à votre client
 - « *Son service est trop cher, elle me vole sur le prix* »
 - « *Son service n'est pas si performant, elle me vole sur la qualité* »

Etre à l'aise avec l'argent Le bilan « après-vente »

- ✓ QUEL FEED-BACK DE MON CLIENT?
- ✓ QUELLE PLUS-VALUE POUR MON CLIENT?
- ✓ EST-CE QUE J'AI BIEN ÉVALUÉ LA PRESTATION EN AMONT?
- ✓ QU'EST-CE QUI N'A PAS ÉTÉ RÉMUNÉRÉ?
- ✓ QU'EST-CE QUE J'AI MAL OU INSUFFISAMMENT VALORISÉ?

Etre à l'aise avec l'argent Augmenter ses tarifs

- ✓ EN FONCTION DES BILANS
- ✓ CHAQUE ANNÉE, VOS PRESTATIONS PRENNENT DE LA VALEUR
- ✓ VOUS CONNAISSEZ DE MIEUX EN MIEUX VOS CLIENTS, VOUS SAVEZ CE QUE VOUS POUVEZ LEUR VENDRE « EN PLUS »
- ✓ A NOUVEAU CLIENT, TARIF ACTUALISÉ

Les bons réflexes

- JE NE ME CONFONDS PAS AVEC MON OFFRE
- JE LAISSE MON CLIENT ME PARLER DE SES BESOINS ET DE SES INQUIÉTUDES
- JE SUIS CONSCIENTE DE
 - MON EXPERTISE
 - MON TEMPS
 - LA VALEUR DE MON TRAVAIL
- UNE PRESTATION AU RABAIS:
 - DONNE UNE MAUVAISE IMAGE DE MON SERVICE OU PRODUIT
 - VA ME COÛTER PLUS DE TEMPS QU'ELLE NE VA ME RAPPORTER D'ARGENT

Bonne chasse aux clients!