

La science des prévisions de ventes

Un article écrit par Louis-Nicolas Hamer ,



Trop d'entreprises échouent en raison d'une mauvaise gestion des flux de trésorerie (cash-flow) ou de prévisions de ventes inadéquates.

Même en ayant le produit le plus innovant et une foule de clients, vous pouvez être forcé de faire faillite si vous négligez la gestion de votre cash-flow.

Cela s'applique à toutes les entreprises, mais c'est encore plus vrai pour les entreprises de produits. Pour ceux d'entre nous qui ont déjà été aux commandes d'une entreprise, vous savez combien il est difficile de faire des prévisions de ventes adéquates.

Vous produisez trop peu : vous risquez des ruptures de stocks et de longs délais qui affecteront gravement l'opinion de vos clients sur votre entreprise. Vous produisez trop : vous resterez au pris avec trop d'inventaire et serez à court d'argent. Quelles sont alors les meilleures pratiques pour des prévisions justes et une bonne gestion de votre trésorerie?

Débutez avec quelque chose et précisez au fur et à mesure, en vous basant sur les faits

Si vous êtes en train de lancer votre entreprise, il est encore plus difficile de faire des prévisions de ventes puisque vous n'avez encore aucun historique à analyser. Malgré cette absence de données, vous devez définir un modèle adapté à la réalité de votre entreprise.

La plupart du temps, cela commence par analyser votre cycle de vente :

- Qui sont vos potentiels acheteurs?
- Quelles sont les différentes étapes de votre processus de vente?
- Combien de temps peut prendre chacune de ces étapes?
- Quel est le pourcentage de conversion en vente pour chaque étape?

En deuxième lieu, vous devez comprendre et analyser votre flux d'opportunités et tester votre processus de ventes. Il est tentant ici de se servir d'un simple fichier *Excel*. À ce propos je vous invite à lire : Les bénéfices d'un CRM pour votre entreprise <http://soljit.com/blog/fr/roi-benefits-crm-business/>

Utiliser un gestionnaire de relation client (CRM) (ex. : *Salesforce, Zoho, CentrixOne*) est crucial, et ce, dès les débuts, puisque c'est la seule façon de commencer à amasser des données et à utiliser les fonctions analytiques pour améliorer votre processus ainsi que vos prévisions de vente. Plus vous amasserez des données tangibles, plus précises seront vos prévisions en assumant bien entendu que vous continuerez de préciser votre modèle au fur et à mesure. Il est fort possible que le modèle créé il y a 6 mois ne soit plus aussi précis. À ce sujet, je vous recommande la lecture de ce livre, comme je le fais pour les startups que j'accompagne : *The Sales Acceleration Formula* de Mark Roberge.



Mettez en place des prévisions de ventes et des tableaux de bord en temps réel

Des tableaux de bord simples et en temps réel créés en quelques clics de souris sont des éléments clés offerts par un CRM. (Gestionnaire de relation client). Détenir des données est une chose, mais ces données doivent pouvoir être rapidement accessibles et comprises par diverses personnes au sein de votre organisation. Trop souvent, ces données sont simplement ignorées.

Par exemple, les prévisions des ventes devant être présentées dans les réunions du comité d'administration peuvent ainsi être moins détaillées que celles que votre directeur des ventes utilise dans son quotidien.

Ceci est aussi vrai pour votre directeur des opérations: il ne se préoccupe pas vraiment des prévisions de revenus découlant des ventes, mais a définitivement besoin de savoir combien d'unités de chaque produit en stock il doit prévoir pour le mois à venir.

Les tableaux de bord en temps réel sont ainsi très utiles. Par exemple, deux ou trois commandes dernière minute surgissent et, plutôt que de communiquer la bonne nouvelle aux opérations par courriel avec un risque de confusion, une configuration de tableau de bord avec des alertes programmées pourra avertir les employés concernés de façon automatique.

Considérer d'autres modèles de prévision des ventes

Une fois que vous aurez quelques mois ou trimestres d'expérience et d'historique dans vos chiffres, il peut être utile de reconsidérer le modèle de prévisions du canal des opportunités. Essayez de trouver un modèle qui coïncide le mieux avec les spécificités de votre entreprise.

Par exemple, si, trimestre après trimestre, vous remarquez que 80% de vos ventes proviennent d'une poignée de clients qui achètent à une même place, vos prévisions des ventes doivent refléter cette réalité, et ne pas inclure une panoplie d'opportunités qui risquent de ne pas se concrétiser.

Un bon gestionnaire de relation client (CRM) vous permet d'ajuster vos prévisions sur la base des différents facteurs et pondérations en quelques clics seulement.

Gérer votre encaisse

Les prévisions de ventes sont cruciales pour la gestion de votre flux financier. Les ignorer ou essayer de faire des prévisions sans détenir aucune donnée et sans l'aide d'outils adéquats est la parfaite recette pour une catastrophe.

Les experts en ventes CRM de SolJit vous aident à mettre en place de solides assises pour des prévisions de ventes adéquates et vous montrent comment les améliorer au fur et à mesure que votre entreprise croit. Contactez-nous pour une consultation gratuite!