



PAD

Playbook

Bilan & Diagnostic de votre stratégie partenaires

6 solutions pour établir une phase de diagnostic et vous aider à prendre les bonnes décisions

www.pad-consulting.com

Préambule

Où en êtes-vous avec votre stratégie de ventes indirectes ?

Vos performances sont-elles satisfaisantes ?

Vos ressources sont-elles bien positionnées aux bons endroits ?

Vos partenaires stratégiques sont-ils bien alignés avec vous ?

Comment améliorer simplement et rapidement vos résultats ?

La solution commence tout simplement par **réaliser un bilan** de votre situation actuelle. Profitez du dernier trimestre pour effectuer un arrêt sur image, établir un bilan des mois écoulés et ajuster les points d'amélioration pour préparer l'année fiscale suivante.

Notre constat : très peu d'éditeurs ou de constructeurs prennent le temps de cette phase d'analyse. Le quotidien reste hélas prioritaire.

Résultat : des décisions qui ne sont pas toujours justifiées, des frustrations et de l'insatisfaction.

Et pourtant, des solutions peu coûteuses mais efficaces existent. Et ceux qui les pratiquent sont les grands gagnants en termes d'efficacité.

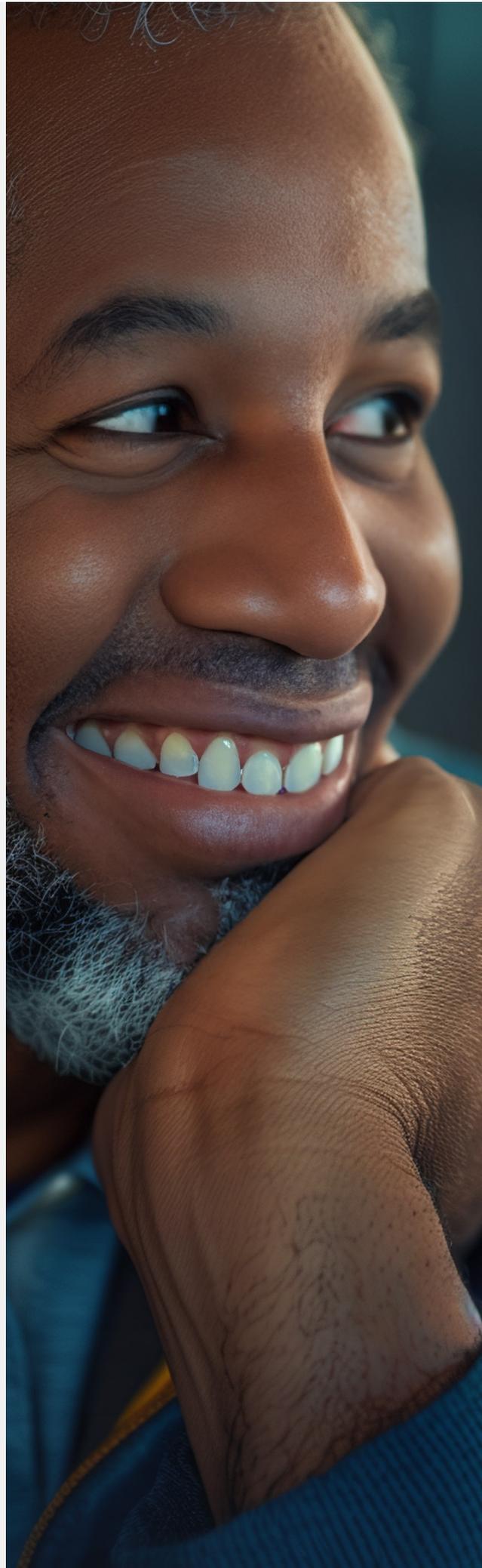
René Causse

Sommaire

Fort de notre expérience, nous avons sélectionné 6 solutions pour établir une phase de diagnostic.

L'objectif de chacune de ces solutions est de vous aider à prendre les bonnes décisions. Commencez par en dérouler 2 ou 3 dès cette année et vous en constaterez les effets bénéfiques dès l'année prochaine :

| | |
|--|-----------|
| Solution n°1 : diagnostic des indicateurs clefs de votre stratégie partenariale | 4 |
| Solution n°2 : enquête de perception pour être à l'écoute de vos Partenaires | 6 |
| Solution n°3 : enquête de convergence avec chacun de vos partenaires stratégiques | 8 |
| Solution n°4 : analyse SWOT de la stratégie partenariale | 10 |
| Solution n°5 : cartographie du territoire de partenaires | 11 |
| Solution n°6 : cockpit de performance par partenaire | 13 |



Solution n°1 : diagnostic des indicateurs clefs de votre stratégie partenariale

Pour qui ? Ce programme s'adresse aux entreprises qui considèrent les ventes indirectes comme stratégiques pour leur développement et qui ont déjà un historique de quelques années avec les partenaires.

Objectif : Obtenir une image quantifiée de la performance de votre stratégie partenariale (points forts, points faibles) par rapport aux meilleures pratiques du marché. Vous pourrez ainsi vous comparer et prendre les actions d'ajustement nécessaires. L'idéal est de sortir de ce programme avec un plan d'action sur les priorités à traiter.

Comment ? Evaluer en moins d'une journée avec votre équipe (Comité de Direction, équipe commerciale...) toutes les composantes critiques de la stratégie partenaire. Nous mettons à votre disposition un outil complet qui recense une dizaine de rubriques et une centaine de KPIs. Le tout animé par un Consultant PAD certifié.

Intérêt : Partager avec son équipe la perception de chaque KPI pour mieux définir les priorités à traiter. Vous pourrez prendre ensuite les mesures qui s'imposent pour mieux utiliser et orienter votre organisation, vos ressources budgétaires et humaines, vos outils de pilotage, vos programmes de recrutement et de développement, vos offres et solutions.

