

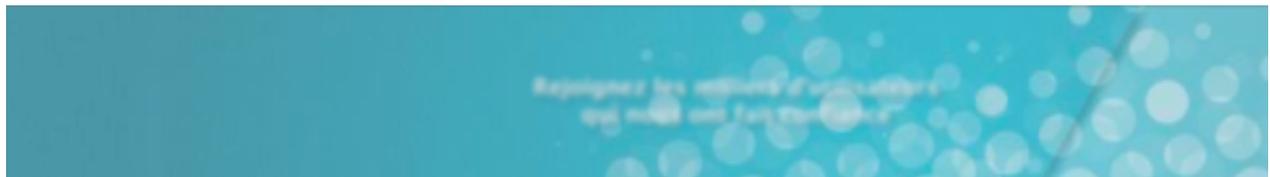
# **GAUTIER GIRARD** - Création d'entreprise et Économie : L'art d'entreprendre accessible à tous

Tout savoir sur la création d'entreprise, l'entrepreneuriat et le management pour réussir votre entreprise : conseils, astuces, infos, forum, interviews, livres et liens.

- [Dossiers](#)
  - [Actualités](#)
  - [Agenda](#)
  - [Interviews](#)
  - [Citations de l'entreprise](#)
  - [Commercial](#)
  - [Communication](#)
  - [Conjoncture](#)
  - [Création d'entreprise](#)
  - [Gestion du temps](#)
  - [Gestion et comptabilité](#)
  - [Développement personnel](#)
  - [Livres](#)
  - [Management](#)
  - [Marketing](#)
  - [PNL](#)
  - [Relation client](#)
  - [Stratégie d'entreprise](#)
  - [Vie du site](#)
  
- [Outils](#)
- [Liens](#)
  
- [Encyclopédie](#)
  
- [Concours](#)
  
- [Forum](#)
  - [Inscription gratuite](#)
  - [Présentez-vous ici](#)
  - [Présentations de sites web](#)
  - [Forum création entreprise](#)
  - [Études de marché](#)
  - [Actualités entrepreneurs](#)
  - [Forum reprise entreprise](#)
  - [Partenariats, financements](#)
  - [Gestion quotidienne](#)
  - [Café des dirigeants](#)
  - [Vie du forum](#)
  - [Offres et demandes Prestataires](#)
  
- [Annonces](#)

- [Réseau](#)
  - [Pourquoi s'inscrire gratuitement](#)
  - [Devenir Membre \(gratuit\)](#)
  - [Accéder à son profil](#)
  - [Se faire interviewer](#)
  - [Annuaire des membres](#)
- [Publicité](#)
- [A propos](#)
- [Contact](#)

[Création d'entreprise et Économie](#) → [Dossiers entrepreneurs et managers](#) → [Commercial](#) → Comment créer un Plan d'Actions Commerciales (PAC) pour vendre plus ?



## Comment créer un Plan d'Actions Commercial plus ?

Publié le 3 décembre 2009 par Gautier Girard dans [Commercial](#)  
[action commerciale](#), [action de vente](#), [actions commerciales](#), [augmenter CA](#), [augmenter chiffre d'affaires](#), [comment vendre](#), [Commercial](#), [PAC](#), [plan commercial](#), [plan d'action](#), [plan d'action commerciale](#), [stratégie commerciale](#), [vendre](#), [vendre plus](#), [vente](#)

J'aime 21 Tweet 0 0

Existe-t-il une méthode, un plan, pour vendre plus de produits et services avec son entreprise ? OUI. Grâce au plan d'actions commerciales vous pouvez augmenter votre chiffre d'affaires. Voici une méthode en 10 points pour créer un plan d'actions de vente.

Si vous souhaitez trouver des clients, et plus globalement, [vendre plus](#), ce dossier [commercial](#) est fait pour vous!



Il est possible en effet de **prévoir méthodiquement comment on va augmenter son [chiffre d'affaires](#), comment on va [vendre plus](#).**

C'est possible grâce au **[PAC](#)**, ou **Plan d'[Actions Commerciales](#)**.

Je vous propose dans ce dossier de savoir comment concevoir un plan d'[action commerciale](#), en 10 étapes.

### Qu'est-ce que le plan d'[actions commerciales](#) ?

Le **plan d'[action commerciale](#)**, c'est la feuille de route qui va vous aider à formaliser et à atteindre vos objectifs de ventes annuelles.

Pour vous aider, voici les 10 étapes à suivre pour rédiger votre [PAC](#) en fonction de votre secteur d'activité :

# Le plan d'actions commerciales



Du très long terme au très court terme, je vous propose une méthode en 10 points pour **développer vos ventes et votre chiffre d'affaires**.

Son principe est de noter de façon très simple et très concrète : Pourquoi, où, quand, comment, avec qui réaliser des actions dédiées à augmenter vos ventes.

Il suffit de le concevoir et de l'appliquer pour réussir.

C'est parti.

## 1- Vision de l'entreprise dans 5 ans

Cette étape, rédigée par le créateur ou le dirigeant, est notamment utile dans le cadre d'une entreprise de plusieurs personnes (*associés, salariés, banquiers, etc*) :

**Pour que vos actions aient un sens, vous devez savoir quel est votre but.**

- S'agit-il d'être leader dans votre secteur ?
- De consolider votre entreprise suite à une politique d'expansion ?
- De conquérir un nouveau marché ?
- D'augmenter votre salaire ?

En voyant loin, on est mieux à même de légitimer, de donner un sens à son plan d'actions.

## 2- Les objectifs stratégiques poursuivis

Ces objectifs doivent être concrets et s'inscrire dans une période déterminée.

- Quels sont vos objectifs pour l'année ?
- Renouveler votre gamme de produits ou de services, ouvrir de nouveaux points de vente, amorcer votre diversification sur tel ou tel secteur ?

## 3- Les objectifs quantitatifs à atteindre

Après la stratégie, vous devez déterminer les objectifs quantitatifs.

Là encore, ils doivent être facilement mesurables.

Par exemple, pour améliorer votre salaire de 10%, vous prévoyez d'augmenter par étapes votre chiffre d'affaires, d'au moins 17% sous 24 mois.

Avec des objectifs précis, qui ont un sens et axés dans le temps, c'est plus facile à réaliser.

## 4- Détailler les actions à entreprendre

Pour chaque action (étude de marché, marketing direct, fidélisation de la clientèle...), **notez les phases et les étapes qui vont vous permettre d'atteindre votre objectif global**.

A chaque fois, prévoyez une date de début et de fin.

Par exemple, si votre chiffre d'affaires est très dépendant de la prospection par téléphone, vous pourriez prévoir ces actions :

- **Prévoir 2 fois 30 minutes de phoning dans votre journée**, une première tranche pour prospecter de nouveaux clients, et une seconde tranche pour assurer le suivi de votre action de prospection et faire les relances.
- **Prévoir 5 heures "volantes" au cours de la semaine** pour préparer toute la logistique nécessaire (trouver des prospects, trouver leurs numéros de téléphone, faire du réseautage pour obtenir des contacts, etc.)

Il est important de bien détailler chaque action dans ce plan, afin que vous n'ayez aucune question à vous poser ni aucune réflexion à avoir au moment de l'exécution du plan d'actions commerciales.

## 5- Lister les différents intervenants dans la mise en œuvre du PAC

**Qui fait quoi ?** Préciser le rôle de chacun va améliorer votre productivité et surtout éviter des conflits relationnels en cours d'année.

Même si vous êtes dans le cadre d'une entreprise personnelle, cette étape est intéressante car, dès le début de l'année, vous pourrez par exemple décider de **sous-traiter certains aspects de votre activité**.

## 6- Enumérer les moyens nécessaires à la réalisation des objectifs : outils, méthodes, budget alloué pour chaque action

Déterminer votre budget et les outils utilisés va valider la **fiabilité** de votre projet.

Par exemple, quel va être votre budget publicitaire ? En fonction de cette réponse, vous allez lister les moyens d'action que vous pouvez mettre en œuvre : flyers, encarts presse, sponsoring...

Si **on en revient à notre exemple du phoning**, il sera peut-être nécessaire d'énumérer parmi les moyens l'utilisation d'un opérateur téléphonique alternatif afin de payer moins cher les communications.

## 7- Préciser les cibles éventuelles

**Qui** est concerné par ces actions ? (prospects, nouveaux clients, clients fidèles...)

Et surtout, **comment allez-vous les trouver ?**

C'est précisément dans cette étape que vous allez déterminer exactement qui vous allez chercher, et comment vous allez trouver ces personnes.

En rapport avec le point 4), l'objectif est que vous n'avez **aucune question à vous poser au moment de l'exécution du plan**.

## 8- Prévoir des critères de performance et Suivre l'exécution du plan

Il s'agit tout d'abord de savoir comment déterminer si vos actions marchent ou pas ? Cela passe par des critères quantitatifs et qualitatifs. Avec notre exemple de la prospection téléphonique :

- Nombre de nouveaux prospects contactés
- Résultat prospect par prospect
- Nombre de suivis (*follow ups*) recontactés
- Résultat de ces follow ups

Il s'agit également de **définir un calendrier de suivi intermédiaire de réalisation des actions** : son but est de savoir où vous en êtes pour pouvoir rectifier vos plans si nécessaire.

Le monde est changeant et **ces changements peuvent être violents lorsqu'on est chef d'une petite entreprise**. Ce suivi des plans permet d'adapter, de rectifier, et d'orienter le plan en fonction des aléas.

Une bonne façon de faire est de prévoir un suivi bref tous les jours (*qu'est-ce que j'ai fait ? pour quels résultats ?*), un court reporting hebdomadaire et un point plus complet tous les mois.

## 9- Évaluation et analyse des résultats

Quel est le résultat des actions menées ?

**Pour chacune d'entre elles, le bilan est-il positif ou négatif ?**

Cette évaluation peut être réalisée dans le cadre du point mensuel prévu en étape 8 de votre PAC.

C'est le moment idéal pour décider de la poursuite tel quel du plan d'actions co, ou de son orientation, par rapport à toutes les autres données de votre entreprise.

## 10- La suite du PAC

En fonction des réponses précédentes, refaites un [PAC](#) en mettant en place les actions correctives qui s'imposent.

## Le [PAC](#), une méthode rationnelle pour réussir

L'intérêt du [PAC](#) est que c'est un [plan d'actions](#) très concret, qui (selon vos critères) permettra de façon sûre d'atteindre vos objectifs.

Un bon [PAC](#) est un plan **d'actions** qui par définition ne demande aucune réflexion, aucune perte de temps. Il suffit de l'exécuter méthodiquement pour arriver à l'objectif dans le temps imparti.

Donc, si vous voulez [vendre plus](#), augmenter votre [chiffre d'affaires](#), c'est finalement assez simple : **il suffit de faire un [plan d'actions](#), et de le suivre.**

Bonne chance. 😊

*Crédits photos : Merci à [Guillaume Brialon](#) et [Ronn Ashore](#).*



Poursuivre la lecture avec ces articles complémentaires :

1. [Livre : Méthodes et astuces pour Concevoir et Piloter un plan d'Actions Commerciales par Pascal Py](#)
2. [Récession aux Etats-Unis : comment réagir](#)
3. [Comment réussir ? Mon conseil : ciblez vos objectifs puis agissez](#)
4. [Forum Innovact - Reims](#)
5. [Salon EasyFairs Franchise - Bordeaux](#)

### 23 personnes ont répondu à " Comment créer un Plan d'Actions Commerciales (PAC) pour vendre plus ? "

Quelle est votre réaction ? Laissez un message ci-dessous...

Note : ce formulaire permet de commenter & débattre l'article. [Pour toute question ou demande de conseils veuillez passer par le forum.](#)

Votre nom :

 (\*requis)

Votre Email :

 (\*requis)

Adresse web (URL) de votre site :

 (\*optionnelle)

Me prévenir des commentaires suivants par Email.

Envoyer

[Laurent HILY](#) a répondu : Le [23 janvier 2010](#) à 15:24

En commençant la lecture de cet article par « Existe-t-il une méthode, un plan, pour vendre plus de produits et services avec son entreprise ? OUI », je me suis dit « Tiens un article intéressant ! ».

C'est en lisant la suite que je fus plutôt déçu ! ... Encore de la théorie et aucun élément pratique et pragmatique.

Bien que rien de ce qui soit exposé dans l'article ne soit faux ce qui en ressort n'est que la théorie fumeuse et inutile.

A quoi bon définir un objectif à 5 ans (ce qui dans la conjoncture actuelle n'a aucun sens) si nous ne savez pas par quoi commencer ni même ce que vous ferez demain ?

La vente repose sur des règles très simples et des objectifs à court terme.

Chaque vente, que ce soit un produit (article) un service, une prestation, un abonnement, une mission ... suit un processus précis qui lui est propre et dont seulement deux variables sont importante :

- La durée (qui dépendra du nombre d'étape et du temps nécessaire pour passer de l'une à l'autre)
- Le taux de closing (qui la multiplication des différents taux de conversion entre chaque étape)

Une fois que vous avez compris cela, tous est plus simple et vous pouvez vous fixer des objectifs pertinents. Exemple :

- Mon CA est 5000 / mois
- Mon panier moyen de 500
- La durée du processus de vente est de 3 mois
- Et le taux de closing de 10%

Si vous prospecter et ouvrez 10 dossiers de plus le mois prochain, vous pourrez augmenter votre CA de 10% dans 4 mois !

Après la question est savoir si cela est possible et si oui comment devez-vous faire.

Laurent HILY

[Gautier Girard](#) a répondu : Le [23 janvier 2010](#) à 16:06

Bonjour Laurent,

On ne vous a jamais dit que ce n'est pas poli de démonter publiquement le travail de quelqu'un sans l'once d'un argument ?

C'est bien gentil de démonter publiquement les articles des autres en frisant l'insulte, tranquillement, derrière son petit écran d'ordinateur.

Mais ce serait gentil d'argumenter, hein, parce que la petite classe est finie depuis quelques années je suppose...

C'est en lisant la suite que je fus plutôt déçu ! ... Encore de la théorie et aucun élément pratique

Vous l'avez lu l'article au moins ?

En le lisant vous remarquerez que tout est expliqué en pratique, de la stratégie jusqu'à l'évaluation des résultats.

Il y a 11 points qui expliquent tout ceci concrètement.

et pragmatique.

"Pas pragmatique" ? C'était pour ajouter une rime à "pratique" ou vous connaissez vraiment la définition de ce mot ?

Bien que rien de ce qui soit exposé dans l'article ne soit faux ce qui en ressort n'est que la théorie fumeuse et inutile.

Parce que démonter les autres pour essayer de se valoriser c'est intelligent et utile ?

A quoi bon définir un objectif à 5 ans (ce qui dans la conjoncture actuelle n'a aucun sens) si nous ne savez pas par quoi commencer ni même ce que vous ferez demain ?

Mais vous volez très très haut !

Pour illustrer la grandeur de vos propos, permettez moi de vous retourner poliment votre phrase à l'emporte pièce : A quoi bon définir un objectif à un jour (ce qui dans la conjoncture actuelle n'a aucun sens) si vous ne savez même pas ce que vous voulez ?

Maintenant que ce débat est très avancé, vous notez que je ne critique pas vos conseils puisque je suppose qu'ils sont aussi louables que les miens.

[Mecadyn](#) a répondu : Le [23 janvier 2010](#) à 17:15

Heu, effectivement je vous trouve également un tantinet agressif Laurent. Et également très présomptueux pour quelqu'un qui se lance comme chef d'entreprise.

Traiter de théorie fumeuse et inutile l'expérience d'un gars qui a créé et développé plusieurs sociétés, passant pour l'une d'entre elles de 0 à 1 Millions d'Euros de CA en moins de 5 ans, ça me paraît un peu gonflé. Faites vos preuves par vous même, puis revenez nous expliquer votre méthode gratuitement et généreusement dans quelque temps.

En attendant, vous avez déjà perdu un client potentiel. Vous l'intégrez comment ce paramètre dans votre taux de closing ?

[Billoux](#) a répondu : Le [24 janvier 2010](#) à 16:00

Je débarque sur ce site afin de trouver de bonnes idées pour lancer mon activité dans le secteur de l'architecture décoration d'intérieur. C'est pas évident de se faire connaître et de décrocher les premiers clients... Je suis sur le département de l'Hérault (à 40 Km de Montpellier) et j'ai commencé à contacter les agents immobiliers du coin (home staging), des promoteurs... Je me suis dit qu'au lieu de partir "la fleur au fusil" il fallait certainement s'organiser avant d'agir ... C'est ce que j'attendais de la lecture de "Comment créer un PAC". Je trouve la réaction de Laurent violente et pas du tout constructive. Ça me rappelle les politiques qui critiquent systématiquement les idées du camp adverse (parce qu'elles viennent du camp adverse) sans proposer de solutions alternatives ! Facile de démolir, ou sont tes bonnes idées et conseils Laurent?

Je me pose de nombreuses questions en amont du PAC. Comment déterminer ma cible (choix entre clientèle privée, entreprises) ? Avec peu de moyens financiers comment choisir un support publicitaire ? Quels prix dois-je pratiquer ? Pour survivre au démarrage dois-je proposer de faire des plans en 3D (j'ai investi 5000 € dans le logiciel autocad 3D version 2010) Etc..

Je suis preneur de toute "bonne" idée.  
Merci d'avance.

Billoux

extercom a répondu : Le [6 mars 2010](#) à 0:19

Je lis, puis relis et ça me fait sourire. C'était le moyen le plus violent d'attirer l'attention Monsieur Laurent, il y en avait bien d'autres...

Enfin... N'oublions pas qu'il existe des objectifs à court, moyen, et long termes, par conséquent, les moyens d'y arriver (à ces objectifs) ne sont pas les mêmes...

Bossvence a répondu : Le [5 avril 2010](#) à 18:21

Bonjour M. GAUTIER GIRARD

Je souhaiterais connaître, comment connaître par rapport à ma création d'entreprise, le taux de closing par rapport à mes chiffres pour le domaine commercial d'une part, et l'autre demande, se porte sur le calcul en contrôle de gestion, pour obtenir l'EVA dans la formule du CMPC, comment obtient-on le %

je n'arrive pas à bien comprendre ...

Je vous remercie d'avance pour vos réponses

Merci pour vos réponses  
Meilleures salutations Eric

Ferreol a répondu : Le [6 mai 2010](#) à 17:36

Bonjour à tous,

personnellement, j'ai apprécié la démarche de Gautier. Après 23 ans d'activité dans les NTIC occupant toutes les fonctions de management commerciales possibles, je suis tombé par hasard sur votre site car je cherchais à comparer un PAC avec ceux que j'ai déjà effectué personnellement ou que j'ai demandé à mes collaborateurs. Il est très bon de se renouveler et de prendre des idées extérieures car tellement rafraichissant (personnellement parlant).

Celui que propose Gautier, même s'il apparaît assez simple, aborde l'ensemble des points clés à ne pas oublier, ce qui est déjà très bien et pragmatique; mais en fait il est plus complexe qu'il n'y paraît. Il propose un trame très claire et concrète pour ceux qui n'ont pas trop d'expérience, qui prendra plus ou moins d'épaisseur et de profondeur en fonction du ou des marchés cible, de la proposition de valeur que l'on va offrir à notre cible de valeur, via un canal de valeur (direct ou indirect), du cycle de vente etc. De là, on pourra tirer des "metrics" et envisager les ratios de type "winrate" pour le closing des affaires (combien d'affaires pour une closée?), le nombre de suspects nécessaire pour les transformer en prospects, puis pour arriver au nombre d'opportunités qualifiées et gérées dans son portefeuille d'affaires qui servira au tableau de bord du commercial et des managers au-dessus.

Pour revenir à la question sur quelle doit être ma cible? La bonne démarche que je pourrais conseiller est tout d'abord de bien définir la proposition de valeur basée sur les différenciateurs clés qui vont vous démarquer de la concurrence. Vous êtes décorateur d'intérieur, soit; mais quelle est votre spécificité? Qu'est ce qui vous différencie des autres? Qu'apportez vous de plus à vos prospects? etc. Cherchez un angle unique d'attaque pour rentrer sur votre marché cible ce qui sera plus facile et rapide. De là, regardez quelle est la concurrence directe et indirecte (exemple magasin de déco et d'objet peuvent proposer la mise en place d'une déco, peinture, boiserie ou autre) et positionnez-vous en conséquence par rapport à vos cibles; en revanche tout attaquer de front est difficile car cela demande beaucoup d'effort et d'investissement en temps et en argent. Après il faut savoir comment toucher votre cible au plus vite et connaître les lobbyistes, donneurs d'ordre ou influenceurs locaux qui pourraient vous aider. Bref cela fait parti de votre PAC des points 5 à 7 de Gautier.

Voilà quelques conseils que je souhaitais partager avec vous tous.

Et comme on dit en Anglais, KISS = Keep it simple and stupid; Puis expliquez votre plan à une personne qui ne connaît rien à votre business en lui parlant comme à un enfant de 11 ans.

Bye bye

Ferreol

Meilleures salutations.

Irène a répondu : Le [29 juin 2010](#) à 20:09

^pour ma par je pense que c'est une très bonne explication et me permet de mieux penser ma stratégie marketing . bye

Eric a répondu : Le [27 janvier 2011](#) à 1:13

Bonsoir à tous,

Je viens de tomber sur ce post qui à mon sens est générique et se doit d'être détaillé pour son application.

Je suis ingénieur d'affaires en informatique et selon moi le Plan d'action "Type" n'existe pas.

Cependant, ce que l'auteur donne ce sont les lignes directrices qu'il ne faut pas oublier dans tous bon plan d'action.

Sur chacun de mes comptes, en fonction de mes objectif j'adapte mes plan d'actions.

Ça peut se traduire par un mail confirmé par mon revendeur sur un angle d'attaque de l'année, ou bien par un document détaillé signé par mon revendeur sur un plan d'action rémunérateur (marge arrière) et incentivant ses équipes (dates de blitz, concours interne).

Sur ces points je reste en perpétuel apprentissage.

Si certains d'entre vous cherchent, ou bien souhaitent partager/discuter de leurs expériences ce serait avec plaisir.

Bien cordialement

manager n a répondu : Le [4 février 2011](#) à 0:49

Laurent hily, vous n'avez vraiment rien compris du management. Trop statique et frigide pour un dirigeant. Désolé mais il vous faut être un analyste et non si superficiel.

salom a répondu : Le [21 juin 2011](#) à 16:54

"cible de valeur, via un canal de valeur (direct ou indirect), tirer des "metrics" et envisager les ratios de type "winrate" pour le closing des affaires, pour obtenir l'EVA dans la formule du CMPC "...

Elle est où la version "Pour les Nuls" ?

Le monde des affaires appartiendrait-il qu'aux initiés ...?

@Ferreol, là ce n'est plus rafraichissant, ça en a sûrement refroidi quelques un(e)s tous ces mots savants...

Pas taper, merci ! :-))

c'est moi a répondu : Le [16 novembre 2011](#) à 20:11

Bonjour,

Avez vous une méthode différente pour chaque secteur d'activités?

Si Oui je suis très intéressé par votre aide sur le secteur de l'hôtellerie (pas la restauration).

Merci d'avance et merci à tous pour vos idées que vous avez écrites.

laprevote jean marc a répondu : Le [3 janvier 2012](#) à 12:15

Bien pour le plan d'action commerciale, avez vous dans votre escarcelle, dans le même style, un plan de redressement pour ceux qui ont oublié ou n'ont pas eu la bonne idée de mettre en place un PAC et qui se demandent si si il n'est pas préférable de fermer plutôt que de continuer, et une méthode pour faire avaler à votre banquier que votre entreprise ne peut que se développer dans cet environnement chaotique. Et dans la même idée, l'adresse d'un thérapeute pour l'injection de la dose de courage nécessaire et suffisante à l'entrepreneur pour tout recommencer après 10 ans de lutte anéantie. (domaine: spectacle, bar a theme)

army developpement a répondu : Le [3 janvier 2012](#) à 13:45

Bonjour,

Je tiens à réagir sur ces commentaires. Je comprend la frustration de Mr Girard à la vue d'une telle réplique mais je ne comprends pas son agressivité en retour, mieux vaut apaiser les choses et chercher à comprendre la négation plutôt que de s'y enterrer à son tour.

Personnellement je mets en place une stratégie de communication pour chaque gamme ou produit de l'entreprise avec un

planning détaillé pour chacune d'entre elle ainsi qu'un planning annuel, avec une matrice d'analyse des résultats et suivis commerciaux réalisés par mes soins. Chaque entreprise, politique et service sont différents ils faut donc des stratégies différentielles.

Mr Girard nous fait le plaisir de nous accompagner et de nous guider la moindre des choses est donc de lui témoigner du respect et de passer calmement sont chemin si ses propos déplaisent.

Cordialement  
Clara

NOUKE NADINE a répondu : Le [3 janvier 2012](#) à 18:49

comment améliorer mon chiffre d'affaires  
comment augmenter mon taux de marge  
comment créer plus de valeur ajoutée  
comment améliorer mon action commerciale  
comment prospecter  
comment augmenter la fréquentation du show room

Jules NJAMI a répondu : Le [6 janvier 2012](#) à 11:04

Meilleurs Voeux et plein Succès à tous

Le PAC est une bonne chose car il permet d'avoir une vue critique de notre activité et une remise en cause pour rechercher la performance.

Néanmoins, ce plan doit s'arrimer à chaque secteur d'activité pour plus d'efficacité.

Cordialement

le libanais a répondu : Le [10 janvier 2012](#) à 18:48

j'écris juste pour suivre ce post , merci

[talamti](#) a répondu : Le [8 mars 2012](#) à 11:54

Bonjour à toutes et à tous, merci pour tous ces commentaires aussi intéressants les uns que les autres. Pour ma part j'ai créé mon entreprise en 2011 et je pense qu'il n'y a pas de stratégie généralisée mais au cas par cas. A nous de définir l'ensemble de nos forces et faiblesses et d'essayer de combler ou de renforcer... pour un départ je pense que c'est un bon début.

MOTONDO EYA Cyriaque a répondu : Le [10 mars 2012](#) à 22:52

Bonsoir G.G,

C'est bien moi et cela fait un long moment et je te suis attentivement .

Laisse- moi te dire que tu es une aide pour nous autres,fatigués par le manque de stratégie. Et les activités ne font que régresser. Maintenant je veux me lancer dans la fabrication des chaussures,pourriez-vous m'aider à m'installer ?

georgio du Bénin a répondu : Le [11 mars 2012](#) à 18:15

Eh bien à mon avis, le PAC détaillé de Mr Girard répond bien à mes attentes et me permet de mieux voir dans mes activités, et d'en faire autant pour ma clientèle, quitte à chacun à l'adapter à sa situation en entreprise.  
Quant à mon cher ami qui a répliqué, vraiment il n'a rien compris au domaine managérial !!!

um honba laurent ruben a répondu : Le [11 mars 2012](#) à 19:27

Bonsoir,monsieur Gautier Girad.

J'aimerais savoir,par rapport à ma création d'entreprise,quel est le meilleur indice de profitabilité ainsi que le meilleur seuil de rentabilité,le meilleur délai de récupération de la valeur de l'investissement,pour un business-plan établi sur 3 ans.

Merci déjà pour tous vos conseils

A bientôt.

jeanmiclaine a répondu : Le [11 mars 2012](#) à 20:32

Bonsoir a tous!

Moi je dis bravo! j'aime bien ce site et il m'aime bien on dirait!

Le PAC qui est au-dessus est clair pour moi. Je pense que dès que l'effet va bien prendre, et les ventes en prévision augmenter, et bien il deviendra peut-être un peu plus compliqué ^^

Mais en tout rien à en redire je suis preneur à 1000%

Bonne continuation Gautier, Bless!

essencezen a répondu : Le [11 mars 2012](#) à 22:01

Bonjour,

Existe t-il un PAC (net ou autre) pour chaque activité car je suis néophyte et plutôt nul en commerce.  
 Je souhaite passer d'une passion dans le bien être (shiatsu) jusqu'à devenir autonome et performant à domicile dans un premier temps puis chez moi ensuite.  
 Merci de vos conseils,

Patrick

Recherche :

© 2007-2012 [L'art d'entreprendre accessible à tous](#)

**GirardGautier**  
5 vidéos | 40 abonnés



leezymonstA1



 **Gautier-Girard.com** sur Facebook

965 personnes aiment **Gautier-Girard.com**.

|  |   |  |  |  |
|--|---|--|--|--|
| <br>Prudence | <br>Bastien     | <br>Jonathan | <br>Samia  | <br>Chic   |
| <br>Guy     | <br>Anne-Clauc | <br>Renaud  | <br>elage | <br>RADHI |

Module social Facebook

## Aide création entreprise

**M** Profitez de conseils et de services exclusifs pour créer et développer votre entreprise !

**1. Indiquez un Nom d'utilisateur :**  
Cet identifiant vous servira à vous connecter au site web.

**2. Entrez votre adresse Email :**  
Tapez une adresse valide. Vous recevrez votre mot de passe à cette adresse.

**3. Indiquez votre Prénom :**  
Ou votre pseudo si vous préférez.

## Ça buzze chez les Entrepreneurs

1. [Nadine Seillery : “Si je devais avoir un regret, ce serait celui de ne pas m’être lancée plus tôt !” 🗨️ 2](#)
2. [Réseautage : courtier en rachat de crédit, prestataire de services administratifs, accompagnement à la gestion juridique d’entreprise 🗨️ 1](#)
3. [Dire “NON” : comment ? Voici comment apprendre à dire NON 🗨️ 9](#)
4. [Cathy Sorgius: “aujourd’hui sera meilleur que hier. C’est avec un esprit positif qu’on avance” 🗨️ 1](#)
5. [Mensonge et manipulation : 8 astuces pour détecter si quelqu’un vous ment ou bluffe 🗨️ 58](#)

## Sur le forum

[Entraide promotion : Devenir fan sur Facebook les uns des autres](#)

[Concours National de la Création d'Entreprise 2012 : entraide, questions et commentaires](#)

[financer un projet hors france](#)

[Légalité de la vente sur ebay ou leboncoin](#)

[Voulez-vous bien tester mon site ?](#)

[declaration au RSI](#)

[Nouveau site marchand](#)

[Site web artisan](#)

[Création d'un site de paintball](#)

[condition d'admission](#)

[Entraide promotion : échanges de liens entre nos propres sites web](#)

[Une de plus à se lancer dans l'aventure!](#)

[Besoin d'aides](#)

[Etude de marché pour l'ouverture d'un camion snack avec menus équilibrés](#)

[Développer et faire connaître votre entreprise : la méthode « Call to action » 🗨️ \[...\]](#)

[recherche imprimerie en ligne pas la moins chère du net](#)

[Quelques questions avant de se lancer en auto-entrepreneur](#)

[Recherche traductrices\(teurs\)](#)

[RSI et carte vitale](#)

[quelques minutes à m'accorder pour mon étude de marché](#)

## Sélection de liens

- [Agence Presse](#)
- [Agence relations presse](#)
- [Blog dirigeant](#)
- [Cadre](#)
- [Communiqué de presse gratuit](#)
- [Marketing sur internet et Référencement](#)

## Star du réseau

[Alliance Kemajou](#)



[Gratuit : faites parler de vous en vous inscrivant!](#)

## Derniers Dossiers

[Créer son entreprise : Se libérer du besoin d'approbation et du poids du regard des autres](#)

[Recrutement : la fin de la période d'essai d'un an \(renouvellement inclus\)](#)

[Prévenir les difficultés de trésorerie : les 5 erreurs à éviter](#)

[Visibilité et accessibilité de votre site web : stop à la page tunnel \(splash page\) !](#)

[E-mail marketing en 2011 : les chiffres-clés pour 2011 et les tendances en 2012](#)

[Aide à la prise de décision : Décidez efficacement en adoptant le bon timing !](#)

[Solutions de paiement et prise de contact :](#)

[offrez du choix !](#)

[Ysabel Lorans : "Entreprendre : une autre manière de regarder le monde"](#)

[Référencement et AdWords : améliorez votre chiffre d'affaires avec la landing page !](#)

[La "Not-to-do list" ou comment gagner du temps en refusant d'en perdre](#)

## Partenaires

Développement & Ingénierie Commerciale



Gratuit : Vous ici ?

Vente fonds de commerce

A'MA-ZENITUDE

service de secrétariat indépendant

Gratuit : Vous ici ?

## Meta

- [Inscription](#)
- [Connexion](#)
- [Articles RSS](#)
- [RSS des commentaires](#)

## Pages

- [Accueil](#)
- [A propos de Gautier Girard](#)
- [Contacter Gautier](#)
- [Résultats de recherche sur Gautier-Girard.com](#)
- [Devenez Membre : boostez votre réussite aujourd'hui](#)
- [Espace partenaires](#)
- [Le couteau suisse des entrepreneurs et des managers d'entreprises](#)
- [Profils des Membres du site](#)
- [Les outils pour créer, manager et développer l'entreprise](#)
- [De quoi parle-t-on sur ce site ?](#)
- [La création d'entreprise](#)

- [Le créateur d'entreprise](#)
- [L'entrepreneur](#)
- [L'entrepreneuriat](#)
- [Gestion d'entreprise](#)
- [Gérer une entreprise](#)
- [Créer une entreprise](#)
- [Reprendre une entreprise](#)
- [Le chef d'entreprise](#)
- [Le dirigeant d'entreprise](#)
- [L'entreprise](#)
- [Conseils pour l'entreprise](#)
- [L'aide à l'entreprise](#)
- [Actualités de l'entreprise](#)
- [Informations sur l'entreprise](#)
- [Le projet d'entreprise](#)
- [Formation de l'entreprise](#)
- [L'entreprise gratuite](#)
- [Le gérant d'entreprise](#)
- [La création de société](#)
- [Le créateur de société](#)
- [La gestion de société](#)
- [Gérer une société](#)
- [Créer une société](#)
- [Reprendre une société](#)
- [Le chef de société](#)
- [Le dirigeant de société](#)
- [Conseils sur la société](#)
- [Le manager](#)
- [Site partenaire : programme d'échange de lien gratuit](#)
- [Annonce Entreprise : petites annonces gratuites des créateurs, entrepreneurs et dirigeants](#)
- [Club des entrepreneurs](#)
- [Mentions légales](#)
- [Publicité : annoncer sur le site Gautier-Girard.com](#)
- [Remercier Gautier Girard en travaillant avec lui](#)