

# Examen des possibilités d'accroissement des ventes

Il existe de nombreuses façons d'exploiter votre entreprise, et rien ne vous empêche d'en adopter plus d'une. De plus en plus d'entreprises recherchent plusieurs manières de produire des revenus, surtout qu'Internet repousse les frontières et multiplie les modes de distribution.

## Vente au détail

Selon le modèle traditionnel, il s'agit de trouver un bon emplacement et un grossiste auprès duquel s'approvisionner, d'ajouter une marge, puis de revendre aux clients qui se présentent en magasin. Mais il y a d'autres occasions de générer des recettes, y compris les suivantes :

- ★ Franchisage : permettre à d'autres personnes de s'établir en affaires et appliquer des redevances de franchise sur les ventes ou les produits du franchisé.
- ★ Ouvrir une boutique en ligne pour rejoindre des clients plus éloignés.
- ★ Importer des produits directement d'autres pays pour élargir votre offre et accroître votre marge.
- ★ Monter des ateliers à l'intention des clients et imposer des droits d'entrée.
- ★ Obtenir les droits exclusifs d'un produit et le vendre à d'autres détaillants.
- ★ Passer de la vente au consommateur final à la vente à d'autres entreprises, voire au gouvernement.
- ★ Offrir des services-conseils à l'industrie.

Comme vous le constatez, la vente au détail peut se révéler beaucoup plus complexe que le simple fait d'ouvrir une boutique et d'y accueillir les clients.

Voici d'autres moyens de générer des revenus :

- ★ Décrocher des contrats en soumissionnant à un processus d'appel d'offres.
- ★ Facturer sur une base mensuelle l'accès à votre produit ou service en ligne.
- ★ Vendre un logiciel en tant que service (les clients s'abonnent au produit que vous hébergez et y accèdent en ligne).
- ★ Effectuer des ventes directes par des appels ou des visites aux clients.
- ★ Agir comme courtier ou intermédiaire entre les acheteurs et les fabricants.
- ★ Offrir gratuitement des produits ou services en proposant aux clients de payer pour obtenir des services supplémentaires.
- ★ Susciter de l'achalandage en ligne, pour ensuite vendre de la publicité (comme le fait Google).
- ★ Concéder des licences : vous détenez les droits de propriété intellectuelle et les clients vous versent des redevances.
- ★ Agir à titre d'affilié en revendant les produits d'autres entreprises tout en prélevant une marge ou, à l'inverse, en offrant un produit ou un service que d'autres vendront pour vous.
- ★ Vendre à des distributeurs ou à des agents de vente qui revendront au client final.

## Comment arrêter votre choix ?

Déterminez la façon la plus efficace de compléter vos activités principales. Par exemple, de nombreuses entreprises constatent qu'une combinaison de modèles d'affaires est la meilleure façon de maximiser leurs ventes.

N'oubliez pas les points clés suivants :

- ★ Quelle est la taille du marché ? Si vous visez un créneau très pointu, vous opterez sans doute pour un modèle d'affaires plus direct que si votre marché potentiel était plus vaste.

- ★ À quel point est-ce facile ? Il est plus facile de vendre au détail dans un petit secteur de proximité que dans l'ensemble du pays. Si vous souhaitez vendre à l'échelle nationale, envisagez la vente en ligne ou le recours à des distributeurs.
- ★ Que font vos concurrents ? Si leur modèle connaît du succès, vous pouvez l'adopter aussi.
- ★ Que préfère votre client ? Les caractéristiques de votre client cible et ses habitudes d'achat sont autant de facteurs dans la façon dont vous présenterez votre offre.

## Quelques modèles populaires à envisager

### La franchise ou la licence

Le premier facteur à considérer : est-il possible de reproduire ce que fait votre entreprise ? Il importe aussi qu'il y ait une demande pour ce que vous vendez. Est-ce populaire au point que cela puisse être vendu à plusieurs endroits et par d'autres propriétaires d'entreprise ? Songez aux franchises qui connaissent du succès – celles qui réussissent à l'échelle locale et celles qui dominent le marché mondial – et demandez-vous si votre entreprise possède ce qu'il faut pour suivre la même voie.

Les entreprises qui réussissent à devenir des franchises sont celles qui ont mis en place des systèmes solides et efficaces. Si la vôtre fonctionne comme une machine bien huilée, qu'elle dispose d'excellents systèmes et de processus simplifiés, y compris des employés bien formés, alors il est fort probable qu'elle pourra devenir une franchise prospère.

### Le revendeur

Les revendeurs dénichent des produits ou représentent des marques et réalisent un profit à partir de l'écart entre le prix d'achat du produit et son prix de vente. Les ventes d'affiliés et les ventes en ligne font partie de cette catégorie. Il s'agit de contribuer à la vente d'un produit ou service en échange d'une commission. Un affilié ne s'approprie jamais le produit – ni même le manipule. Il est plutôt récompensé d'avoir attiré un client vers une entreprise lorsque ce client effectue un achat.

Le fait que d'autres personnes revendent votre produit ou service vous donne la possibilité de rejoindre davantage de clients que si vous aviez été seul.

### Le courtier

Le courtier a essentiellement pour rôle de mettre en contact un acheteur et un vendeur, opération sur laquelle il prélève des frais de transaction. Cette catégorie a explosé en raison de la croissance des plateformes en ligne, qui simplifient grandement le rapprochement d'acheteurs et de vendeurs. Les services de courtage PayPal entre un acheteur et un vendeur, à l'aide d'échange d'argent, en sont un exemple.

### L'abonné

Internet a favorisé l'augmentation fulgurante d'entreprises fonctionnant sur abonnement. Qu'il s'agisse de logiciels de comptabilité, de services commerciaux ou d'applications, les exemples de sociétés ayant opté pour un modèle d'affaires axé sur un système d'abonnement sont nombreux sur Internet. Un modèle axé sur l'abonnement est susceptible de fonctionner pour pratiquement n'importe quel type d'entreprise, pour autant que vos clients soient disposés à s'engager à faire des paiements récurrents en échange de certains produits ou services.

Pour convaincre les clients de s'abonner, le secret est de leur proposer une solution perçue comme ayant une valeur élevée à un faible tarif fixe – comme votre abonnement mensuel au gym ou votre application préférée pour téléphone mobile.

## Sommaire

Enfin, sachez que rien ne vous oblige à vous en tenir à une seule méthode : plus vous pourrez en combiner, meilleures seront vos chances d'acquérir de nouveaux clients et d'accroître vos ventes.

